

บทความพิเศษ

สร้างการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสร้างวัคซีนทางปัญญาให้สังคม (Media Literacy: Promoting Wisdom Vaccine for Society)

ธนกร ศรีสุขใส¹

Dhanakorn Srisooksai²

Received 17 March 2022

Revised 25 March 2022

Accepted 28 March 2022

ทำไมต้องรู้เท่าทันสื่อ

คำว่า “รู้เท่าทันสื่อ” หรือในภาษาอังกฤษ คือ Media Literacy ในทางวิชาการนั้นมีการพูดถึงครั้งแรก โดย Elizabeth Thoman (Thoman, 1990/1991,p. 32) ผู้ก่อตั้งสถาบัน Center for Media Literacy และ Media Literacy Archive แห่งมหาวิทยาลัยโรดไอแลนด์ (University of Rhode Island) ในสหรัฐอเมริกา (Bordac, 2014) โดยมีประเทศแคนาดาเป็นประเทศแรกที่บรรจุหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อเป็นส่วนหนึ่งของวิชาในสถานศึกษามาเป็นเวลานาน และมีหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อในระดับต่าง ๆ รวมถึงหลักสูตรในระดับปริญญาตรี (Tsvietkova.H, Beskorsa.O, Pryimenko.L, 2020) องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ก็ให้ความสำคัญกับการศึกษาและการรู้เท่าทันสื่ออย่างมาก

¹ ดร.ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

² Ph.D., Thai Media Fund’s Chief Executive Officer



(Yenjabok, 2003, p. 111) สำหรับในประเทศไทย แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ พัฒนาเกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับกระแสการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อมวลชนในประเทศ โดยในช่วง พ.ศ. 2550-2551 ได้มีการจัดตั้งองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อสาธารณะ เช่น สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งพัฒนาเป็นองค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในปัจจุบัน (Siripongtugsin, 2011, p. 71-74) การเกิดขึ้นขององค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการอย่างคณะกรรมการกำกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) (Tiewsomboon and Khamwichit, 2016, p. 97-99) และการเกิดขึ้นของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตามพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2558

ทุกวันนี้ทุกภาคส่วนในประเทศไทย ทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชนต่างนิยมใช้คำ “การรู้เท่าทันสื่อ” อย่างกว้างขวางและแพร่หลาย นั้นย่อมความหมายว่า การรู้เท่าทันสื่อได้รับการยอมรับให้เป็นหนึ่งในกระบวนการเรียนรู้ และการขับเคลื่อนสังคมเพื่อการพัฒนาประเทศไปสู่ความยั่งยืนอันถือเป็นวาระสำคัญระดับชาติ ในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2563-2565 (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี) ระบุให้สังคมไทยต้องให้ความสำคัญกับ “ความรู้เท่าทันสื่อของประชาชน” (National Public Relations Committee, 2020) สอดคล้องกับแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ (ฉบับปรับปรุง) พ.ศ. 2563-2565 ระบุไว้ในกิจกรรมปฏิรูปที่ 3 การยกระดับการรู้เท่าทันสื่อ (National Reform Commission on Information Technology Mass Communication, 2021) ทั้งนี้ นโยบายและแผนทั้ง 2 ฉบับนั้นสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (ฉบับ



ประกาศราชกิจจานุเบกษา) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (National Strategy Board, 2018)

ส่วนการให้คำนิยามความหมายของ คำว่า Media Literacy ในภาษาไทย มีการให้คำนิยามไว้หลายสำนัก มีรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไป³ ถ้าจะกล่าวโดยสรุปรวมความ ผู้เขียนขอสรุปว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การรู้จัก เข้าใจและรู้ถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อชีวิตของผู้คนและสังคม ทักษะการรู้เท่าทันสื่อจึงหมายถึง ความสามารถหรือทักษะในการวิเคราะห์ อธิบาย ทำความเข้าใจความหมายที่แท้จริงของสื่อ และสามารถประเมินผลกระทบของสื่อที่จะเกิดขึ้นตามมาด้วย

ถามว่า ทำไมต้องรู้เท่าทันสื่อ คำว่ารู้เท่าทัน หรือ รู้ทัน หมายถึง รู้ถึง เหตุการณ์หรือความคิดของบุคคลอื่น ไม่เพเลียงพล้ำเสียเปรียบ (Office of the Royal Society, 2011) นิยามดังกล่าวสื่อความหมายไปในเชิงลบต่อสิ่งที่ตามมา เช่น รู้เท่าทันกลโกง (การโกงเป็นสิ่งไม่ดี) รู้เท่าทันคนเจ้าเล่ห์ (คนไม่ดี) รู้เท่าทัน การเมือง (การเมืองไม่ดี) และ ฯลฯ รวมถึง รู้เท่าทันสื่อ (สื่อไม่ดี) ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อก็เพื่อให้เข้าใจสภาพการณ์ที่แท้จริงของสื่อ แล้วแสวงหาแนวทาง ในการรับมือ สร้างภูมิคุ้มกัน รวมตลอดถึงการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง เพราะสื่อมีผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ ถ้าปล่อยให้เป็นไปตามกลไกของระบบตลาด โดยปราศจากการจัดการหรือกลไกในการส่งเสริมและสนับสนุนบทบาทเชิงบวก

³ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีโครงการจัดทำหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อแกนกลาง ตามแผนยุทธศาสตร์ ในงบประมาณปี 2564 และ ปี 2565 ภายใต้บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)

ผลกระทบทางลบย่อมมีมากกว่าผลกระทบทางบวกอย่างแน่นอน และในความเป็นจริงบทบาทของสื่อก็อาจจะไม่ได้เป็นไปตามทฤษฎีทางการสื่อสารที่สอนและเรียนกันมาอย่างยาวนานเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อ (เน้นสื่อมวลชน) ที่เคยเชื่อว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่ (เชิงบวก) ในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร (To Inform) ให้การศึกษา (To Educate) ให้ความบันเทิง (To Entertain) (Reith, 1977) และรวมถึงการถ่ายทอดค่านิยมที่ดีงามของสังคม (Na Nakorn and Thanaphansin, 2560, p. 150)

จากประสบการณ์ตรงของผู้เขียนซึ่งเคยเป็นผู้ปฏิบัติในฐานะสื่อมวลชน เคยปฏิบัติหน้าที่อยู่ในองค์กรกำกับดูแล กระทั่งปัจจุบันที่ทำหน้าที่ในกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า การจะทำความเข้าใจบทบาทและผลกระทบของสื่อรวมถึงสื่อมวลชนอย่างรอบด้านนั้น ลำพังเพียงทฤษฎีแนวปทัสถานทางสังคม (Normative Theory of Media) ซึ่งเน้นบทบาทเชิงบวกที่ควรจะเป็นเพียงแนวทางเดียวอาจจะไม่สามารถทำให้เราเข้าใจบทบาทของสื่อได้อย่างชัดเจนแจ่มแจ้งชัด ทั้งนี้ เพราะในสภาพความเป็นจริงของสื่อ มีข้อค้นพบ 4 ประการ ดังนี้

หนึ่ง สื่อเป็นเครื่องมือของการแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจ (Sudsoun, 2009) ไม่มีใครปฏิเสธว่าสื่อ เป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง มีการลงทุน การประกอบการ และการแสวงหากำไร สื่อแบบเดิมอาจจะมีการขายสื่อเอง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ ขายโฆษณาเช่นสื่อโทรทัศน์และวิทยุ จะขายโฆษณาให้ได้เยอะ ๆ ก็ต้องทำสื่อให้มีคนดูเยอะ โฆษณาจะได้แย่งกันซื้อด้วยราคาที่แพง ๆ แม้กระทั่งในปัจจุบันสื่อเองได้กลายเป็นช่องทางหลักในการขายสินค้าแบบขายตรง ด้วยการเปิดรายการแนะนำสินค้าผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ รวมไปถึงการผลิตรายการประเภทเอาดังไว้ก่อนให้มีคนกดไลก์กดแชร์เยอะ ๆ มีผู้ติดตามมาก ๆ โฆษณาก็เข้ามาขายได้จำนวนมากก็ตามมา



เมื่อสื่อต่างก็มีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยเรื่องรายได้ และผลกำไร จึงกลายเป็นความสำคัญอันดับต้น ๆ ขององค์กรสื่อเอกชน (Deecharoen and Imsiri, 2014) การจะต้องมาคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อชีวิต นึกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และจรรยาบรรณของสื่อก็ลดระดับความเข้มข้นลงไปโดยปริยาย ในขณะเดียวกัน จริยธรรมสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่นักสื่อสารมวลชนหรือผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อโดยส่วนใหญ่ใช้ความพยายามอย่างมากในการที่จะรักษาสมดุลของการทำหน้าที่ในวิชาชีพเอาไว้ไม่ให้เบี่ยงเบนไป (Deawkee, 2016, p. 136-140)

สอง สื่อเป็นเครื่องมือในการช่วงชิงอำนาจทางการเมือง (Yimprasert, 2014) การใช้สื่อเป็นเครื่องมือทางการเมืองมีมาช้านานแล้ว การศึกษาพัฒนาการของสื่อที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่า สื่อหลักประเภทวิทยุโทรทัศน์และรวมถึงคลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการโทรคมนาคมโดยมีรัฐเป็นเจ้าของ (NBTC, 2015) ขณะที่สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทหนังสือก็ถูกควบคุมโดยรัฐ ตัวอย่างของการใช้สื่อที่นำไปสู่ความเสียหายอย่างใหญ่หลวงมีให้เห็น ทั้งกรณีของพรรคนาซีเยอรมันที่ใช้สื่อวิทยุเป็นกระบอกเสียงในการปลุกเร้าให้เกิดการคลั่งชาติ เติบโตจนชนเผ่าอารยัน และสร้างความเกลียดชังชาวยิวจนนำไปสู่การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ (Tantiwittayapitak, 2020) ช่วงปี ค.ศ. 1994 ในประเทศรวันดาก็พบว่า มีการใช้สื่อวิทยุ สถานี Libre des Mille Collines (RTL) ในการปลุกปั่นชนเผ่าฮูตู (Hutu) สร้างความเกลียดชังต่อเผ่าทุตซี (Tutsi) อันเป็นชนเผ่าฝ่ายตรงข้าม มีการเรียกอีกฝ่ายหนึ่งว่า “ไอ้พวกแมลงสาบ” กระทั่งนำไปสู่ความรุนแรง สงครามกลางเมือง และการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ จำนวนกว่า 8 แสนราย (Puksuk, 2021) ซึ่งกลายเป็นบาดแผลลึกของชนชาติมาจนปัจจุบัน

สื่อที่มีเป้าหมายทางการเมืองมักมีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์และทัศนคติ ในประเด็นทางด้านศาสนา ภาษา เชื้อชาติ วัฒนธรรม

อุดมการณ์ทางการเมือง และระบอบการปกครอง โดยมุ่งทำให้ฝ่ายผู้เห็นต่าง กลายเป็นตัวปัญหา เป็นภัยคุกคามหรือเป็นคนอื่น (ที่คนละพวกกับตน) ถ้าเป็น การนำเสนอที่อยู่ในขอบเขตไม่ก้าวล่วงไปสู่การก้าวร้าวคุกคามฝ่ายที่เห็นต่าง ก็สามารถจำกัดให้เป็นการแสดงความคิดเห็นภายใต้เสรีภาพที่ยอมรับได้ แต่เมื่อใดที่แสดงถึงการไม่ยอมรับในความแตกต่าง หรือแสดงออกถึงแนวคิด สุดโต่ง (Extremism) นั้นย่อมเป็นสัญญาณว่าโอกาสที่นำไปสู่ความรุนแรงใกล้ เข้ามาทุกขณะ

สำหรับประเทศไทย เรามีกรณีศึกษาที่ฝ่ายการเมืองทุกฝ่ายล้วนใช้สื่อ เป็นเครื่องมือในการรณรงค์เคลื่อนไหวทางการเมืองมาเป็นลำดับ นับตั้งแต่การ เคลื่อนไหวของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย แล้วพัฒนามาเป็นการ ใช้สื่อที่สัมพันธ์กับสีเสื้อ ทั้งเสื้อแดง (กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จ การแห่งชาติ หรือ นปช.) เสื้อเหลือง (กลุ่มคณะกรรมการประชาชนเพื่อการ เปลี่ยนแปลงปฏิรูปประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์แบบอันมี พระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือ กปปส.) กระทั่งล่าสุดที่ใช้ปฏิบัติการทาง ข้อมูลข่าวสาร (Information Operation) หรือ IO ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ ปฏิเสธไม่ได้อีกเช่นกันว่าทุกกลุ่มการเมืองล้วนใช้ IO ด้วยกันทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อในการแสดงออกซึ่งแนวคิดทางการเมืองที่สะท้อนถึงความเป็น ผักฝ่ายดังกล่าวนี้ ยังถือว่าอยู่ในระดับที่สังคมสามารถใช้วิจารณญาณในการ วิวินิจฉัยและกำหนดท่าทีที่เหมาะสมได้เพราะเป็นการสื่อความหมายแบบชัดเจน ไม่ซับซ้อน ผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือประชาชนเข้าใจความหมายได้โดยไม่ต้อง ตีความหลายชั้น นัยยะที่ว่านี้จึงต่างกับการใช้สื่อในการผลิตซ้ำอุดมการณ์ทาง การเมืองซึ่งเป็นการสร้างอุดมการณ์แบบค่อยเป็นค่อยไปโดยผู้รับสารแทบจะไม่ รู้ตัว

สื่อในทางการเมืองจึงถูกใช้เพื่อให้ฝ่ายตนได้รับการชื่นชม ยอมรับ และยกย่อง ขณะเดียวกันก็มุ่งให้ฝ่ายตรงข้ามสูญเสียความนิยม ความน่าเชื่อถือ ได้รับความอับอาย กระทั่งนำไปสู่ความเกลียดชัง โดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือการได้มาซึ่งอำนาจหรือการรักษาไว้ซึ่งอำนาจ

สาม สื่อเป็นเครื่องมือในการผลิตซ้ำทางอุดมการณ์ (รวมถึงวัฒนธรรม) ในทางวิชาการนั้นยอมรับกันมานานแล้วว่า ความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมของคนในสังคมเป็นสิ่งที่ถูกสร้างโดยมีระบบการศึกษาและการทำงานของสื่อเป็นกลไกที่สำคัญ โดยเฉพาะสื่อนั้นจะทำหน้าที่ในการผลิตเนื้อหาที่ถูกกำหนดไว้แล้วซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่องและอย่างมีเป้าหมาย เนื้อหาที่สื่อนำเสนอจึงถูกสอดแทรกด้วยอุดมการณ์หรือแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเสมอ พลังอำนาจของสื่อในแง่นี้ถูกยกระดับให้เป็นเครื่องมือในการสร้างและครอบงำทางความคิดอันนำไปสู่การควบคุมพฤติกรรมของคนในสังคมให้เป็นไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งที่มีอำนาจหรือผู้ควบคุมสื่อต้องการ

สี่ สื่อ (ใหม่) เป็นพื้นที่ในการสร้าง/ แสดงตัวตนของคนยุคดิจิทัล พัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อพฤติกรรมของคนในสังคมอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ในแง่ของผู้รับสาร สิ่งที่เปลี่ยนแปลงอย่างขนานใหญ่ คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่รูปแบบทางการสื่อสารแบบดั้งเดิมอันเริ่มต้นด้วยผู้ส่งสารกระทั่งไปถึงผู้รับสาร เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง กลายเป็นผู้รับสารเป็นผู้กำหนดเนื้อหา (User-generated Content) ทุกวันนี้ทุกคนเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร ผู้วิพากษ์วิจารณ์และผู้ขยายผล ทุกคนสามารถเป็นสื่อได้ รูปแบบทางการสื่อสารมีทั้งประเภท หนึ่งคนสู่คนจำนวนมาก (สาธารณะ) หนึ่งคนถึงกลุ่มคน (แฟนคลับ) คนจำนวนมากถึงคนหนึ่งคน (กรณีทวิตร์ลง) และจากคนจำนวนมากสู่คนจำนวนมาก (เห็นพ้อง/ เห็นต่าง/ แบ่งเป็นฝักฝ่าย) รวมถึงจาก

หนึ่งคนหรือกลุ่มคนถึงหนึ่งคน (แสวงหาผลประโยชน์/ มิจฉาชีพ) จากกรณีการใช้สื่อหลอกลวงให้หลงเชื่อในรูปแบบต่าง ๆ ของพวกมิจฉาชีพที่มีมากขึ้นเรื่อย ๆ

สภาพการณ์ของสื่อเช่นนี้ เป็นทั้งอุปสรรคหรือปัญหา และโอกาสในเวลาเดียวกัน ที่เป็นปัญหาก็คือ การที่ทุกคนเป็นสื่อได้นั้น ในแต่ละวันย่อมก่อให้เกิดการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมาก โดยไม่มีการตรวจสอบ คัดกรอง หรือรับรองความถูกต้อง ทุกวันนี้สังคมจึงเต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารที่ไม่ปลอดภัย ไม่สร้างสรรค์ ทั้งพวกข่าวปลอม (Fake News) ประทุษวาจา (Hate Speech) และการระรานในโลกออนไลน์ (Cyberbullying) ส่วนข้อดี คือ พื้นที่สื่อในโลกออนไลน์เปิดให้กับคนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน โดยมีต้นทุนที่ต่ำมาก โอกาสเช่นนี้เราจึงได้เห็นคนเล็กคนน้อย คนชายขอบได้มีพื้นที่และโอกาสในการนำเสนอผลงานหรือสิ่งดี ๆ ต่อสังคม ซึ่งถ้าเป็นสมัยก่อนโอกาสเช่นนี้มีอยู่น้อยมาก หรือไม่มีเลย

รู้เท่าทันสื่อ แบบไหน อย่างไร

การรู้เท่าทันสื่อมีความหมายที่ลึกซึ้งและกว้างขวางกว่าความสามารถในการตรวจสอบข่าวปลอม หากถือเอาตามนิยามของ องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ซึ่งมุ่งเน้นทักษะความสามารถด้านต่าง ๆ 4 ด้าน อันได้แก่ ทักษะในการเข้าถึง (Access) ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze) ทักษะการประเมินค่า (Evaluate) และทักษะการสร้างสรรค์ (Create) (UNESCO, 2018) ก็มาพิจารณากันต่อไปว่าเราจะสามารถประยุกต์หลักการดังกล่าวมาเข้ากับบริบทของประเทศไทยได้อย่างไร ซึ่งผู้เขียนมีข้อพิจารณา ดังนี้



ประการแรก ทักษะในการเข้าถึง คือ ความสามารถในการเข้าถึงต้นตอของสื่อว่า ข้อมูลข่าวสารนั้นมาจากจากไหน เพราะทุกวันนี้มีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่เราไม่รู้ว่ต้นตอที่แท้จริงมาจากที่ใด การตรวจสอบแหล่งที่มาจึงเป็นสารตั้งต้นที่จะนำไปสู่การใช้ทักษะอื่น ๆ ในขั้นต่อไป การตรวจสอบที่มาของแหล่งข้อมูลหรือการเข้าถึงข้อมูลจึงถูกใช้เป็นขั้นตอนหนึ่งในการตรวจสอบข้อเท็จจริง (Fact Checking) การเข้าถึงแหล่งข้อมูลจึงถือเป็นหลักการเบื้องต้นของการรู้เท่าทันสื่อซึ่งจะทำให้ผู้รับสื่อสามารถเข้าใจความหมายที่แท้จริงในสิ่งที่สื่อนำเสนอ

ทักษะในการวิเคราะห์ หลักการนี้สำคัญมาก เพราะความสามารถในการวิเคราะห์จำเป็นต้องมีองค์ความรู้เป็นฐานรองรับ ส่วนจะเป็นองค์ความรู้ระดับไหนขึ้นอยู่กับความสำคัญของระดับการรู้เท่าทันสื่อ ด้วยเหตุนี้ ในประเทศแคนาดาจึงมีการจัดทำหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา โดยเชื่อว่าระดับของการรู้เท่าทันสื่อควรจะมีพัฒนาการอย่างเป็นขั้นตอน องค์ความรู้ในแต่ละระดับก็แตกต่างกันออกไป การรู้เท่าทันสื่อของประชาชนทั่วไ้กับการรู้เท่าทันสื่อของนักวิชาการที่ทำงานด้านสื่อจึงอาจจะต้องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ขณะที่ประเทศไทยยังไม่มีหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อในกระทรวงศึกษาธิการหรือในสถาบันอุดมศึกษา (อย่างเป็นทางการ) ผู้เขียนขอเสนอหลักการเบื้องต้นจากการสังเกตและสังเคราะห์จากการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย โดยพิจารณาจากรายการประเภท “เล่าข่าว” ซึ่งพบว่ามีการนำเสนอข้อมูลใน ๓ ระดับด้วยกัน ประกอบด้วย ข้อมูลที่เป็นความเชื่อ ความเห็น (Belief, Opinion) ข้อมูลที่เป็นความรู้ (Knowledge) และข้อมูลที่เป็นความจริง (Truth)

โดยที่ความเชื่อและความเห็นเป็นทัศนคติส่วนบุคคล อาจจะมีองค์ความรู้หรือหลักวิชาการรองรับหรือไม่ก็ได้ ความเชื่อและความเห็นจึงอาจเป็นไป

ได้ทั้งสิ่งที่ถูกและสิ่งที่ผิด ผู้รับสื่อจึงไม่ควรปักใจเชื่อไปในทางใดทางหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปักใจเชื่อในสิ่งที่สอดคล้องกับความเชื่อดั้งเดิมของตน ย่อมทำให้ตกเป็นเครื่องมือของสื่อได้โดยง่าย

ประการที่สอง ข้อมูลที่เป็นความรู้ ข้อมูลประเภทนี้มักมีการอ้างอิง นักวิชาการ นักวิจัย งานวิจัย รวมถึงทฤษฎีต่าง ๆ ทำให้ดูน่าเชื่อถือ และปฏิเสธได้ยาก อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องยอมรับว่าแม้สิ่งที่เป็นความรู้นั้นก็ยังสามารถถูกหักล้างได้ตลอดเวลา ความรู้บางอย่างอาจจะเป็นความจริง (Truth) แต่ความรู้จำนวนมากมักผันแปร เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ความรู้เก่าถูกแทนที่ด้วยความรู้ใหม่ หากผู้รับสื่อไม่สามารถวิเคราะห์หรือแยกแยะได้ก็จะนำไปสู่การยึดมั่นถือมั่นในความรู้เดิม กลายเป็นการยึดติดซึ่งมีโอกาสบานปลายไปสู่ความขัดแย้ง

ส่วนประการสุดท้าย ข้อมูลที่ถือเป็นความจริง ถือว่าเป็นข้อมูลอันเป็นที่ยุติไม่สามารถหักล้างได้ ไม่ขึ้นกับกาลเวลา เป็นข้อมูลที่ไม่ต้องมีการถกเถียงกันอีก

ที่เป็นปัญหาของสังคมและปัญหาของสื่อที่เราต้องรู้เท่าทันในทุกวันนี้ก็คือ คนจำนวนมากไม่สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ข้อมูลข่าวสารที่หลั่งไหลเข้ามาในแต่ละวันนั้น อันไหนเป็นความเชื่อหรือความเห็น อันไหนเป็นความรู้ และไหนเป็นความจริง ยิ่งไปกว่านั้น มีคนจำนวนหนึ่งอาจมองว่าสิ่งที่เห็นแค่ความเห็นนั้นคือความรู้ และสิ่งที่เห็นคือความจริง การรู้เท่าทันสื่อ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีทักษะหรือความสามารถในการวิเคราะห์ระดับของข้อมูลดังกล่าวให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจน

ความสามารถในการวิเคราะห์ยังรวมถึงการจำลองสถานการณ์ภายใต้สมมติฐานต่าง ๆ เช่น ทำไมถึงมีข้อมูลนี้ออกมา ใครเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ มีใครเกี่ยวข้องบ้าง ทำแล้วได้อะไร เป้าหมายที่แท้จริงคืออะไร ทั้งเบื้องหน้าและ

หลัง คำถามเหล่านี้จะทำให้ผู้รับสื่อนำไปสู่การศึกษวิเคราะห์หาข้อมูลเพื่อให้ได้คำตอบที่แท้จริงโดยไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ก่อนที่จะได้มีการตรวจสอบข้อเท็จจริง

ส่วนทักษะในการประเมิน เป็นการประเมินทิศทางของผลกระทบของสื่อทั้งทางบวกและทางลบ สื่อหรือข้อมูลข่าวสารนั้นก่อให้เกิดประโยชน์หรือโทษกับสังคมอย่างไรบ้าง ทำให้มีคนเชื่อมากน้อยแค่ไหน เชื่อแล้วผลเป็นอย่างไร สามารถวิเคราะห์ผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมได้มากน้อยแค่ไหน ผู้ที่ได้รับผลกระทบซึ่งอาจจะมีทั้งระดับปัจเจกบุคคล ชุมชน กลุ่มคน องค์กร หรือระดับชาติ แต่ละระดับได้รับผลกระทบเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ในทางปฏิบัตินั้นการประเมินผลกระทบ และการวิเคราะห์เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นภายใต้กระบวนการเดียวกัน ทำไปพร้อม ๆ กัน เช่น กรณีมีการออกข่าวเกี่ยวกับสินค้าเกษตรขาดแคลนเพราะผลผลิตทางการเกษตรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ขาวดังกล่าวอาจออกมาพร้อม ๆ กับข่าวอีกข่าวหนึ่งคือข่าวการรณรงค์ต่อต้านการใช้เคมีทางการเกษตร ซึ่งทั้งสองกรณีอาจมีความเชื่อมโยงกันหรือไม่ก็ได้ จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ว่าข้อมูลข่าวสารที่ออกมาอย่างละเอียดรอบคอบว่าทั้งสองข่าวนั้นมีที่มาจากไหน มีใครเกี่ยวข้องบ้าง และใครได้ประโยชน์จากข้อมูลดังกล่าว เหล่านี้ล้วนเป็นทักษะในการรู้เท่าทันสื่อที่สำคัญอย่างยิ่ง

การรู้เท่าทันสื่อในทางพุทธศาสนานั้น เรียกว่า “โยนิโสมนสิการ” เป็นการพิจารณาใคร่ครวญสืบสาวหาเหตุปัจจัยของเรื่องราวต่าง ๆ โดยใช้สติยังยั้งไม่ให้เชื่ออะไรง่าย ๆ ไม่ด่วนสรุป เปิดรับข้อมูลด้วยหลักกลาโมสูตร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพิจารณาไตร่ตรองซึ่งถือเป็นทักษะในการรู้เท่าทันสื่อนั่นเอง

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์กับการสร้างวัคซีนทางปัญญาให้สังคม

กองทุนสื่อฯ เชื่อว่า การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทักษะในการรู้เท่าทันสื่อของเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป รวมตลอดถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กองทุนสื่อฯ ได้ดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่ผ่านการให้ทุน และการดำเนินการเองของกองทุนสื่อฯ มีโครงการหลากหลายทั้งการศึกษาวิจัย การพัฒนาหลักสูตร การฝึกอบรม การพัฒนาเครื่องมือ ในเรื่องการมีส่วนร่วม การสร้างและพัฒนาบทบาทของเครือข่าย ภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกภาคส่วน

ประกอบด้วย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2563 มีโครงการให้ทุนเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อจำนวน 38 โครงการ เกี่ยวกับประเด็นข่าวปลอม (Fake News) และกลั่นแกล้งออนไลน์ (Cyber Bullying) จำนวน 26 โครงการ ดำเนินการเองจำนวน 2 โครงการ⁴ และโครงการที่กำลังดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 จำนวน 145 โครงการ⁵ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

โครงการให้ทุนปี 2562

มีโครงการที่ได้รับการสนับสนุนทุนจำนวน 2 ประเภท คือ **โครงการเปิดรับทั่วไป (Open Grant)** คือ โครงการที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจจากทั่วประเทศยื่นขอรับการสนับสนุนทุนในประเด็นที่กองทุนสื่อฯ กำหนด เช่น

⁴ รายการข่าวรบกวน แอร์ ออกอากาศทางโมเดิร์นไนน์ และ โครงการ Media Alert

⁵ สามารถดูโครงการเพิ่มเติมได้ที่ www.thaimediafund.or.th

โครงการประเภทพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป โครงการประเภทพัฒนาองค์ความรู้ งานวิจัย และพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการรู้เท่าทันสื่อ เป็นต้น **โครงการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant)** คือ โครงการที่กองทุนสื่อฯ ขับเคลื่อนร่วมกับภาคียุทธศาสตร์ตามแนวทางที่คณะกรรมการกองทุนฯ กำหนด โดยมีตัวอย่างโครงการที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

1. โครงการวัคซีนรับมือปัญหา: การศึกษาภูมิคุ้มกันในโลกดิจิทัล (Digital Resilience) โดย รองศาสตราจารย์ ดร.โธมัส กวาดามูช มหาวิทยาลัยมหิดล ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) ในประเด็นภูมิคุ้มกันในโลกดิจิทัล (Digital Resilience) และการรังแกกันในโลกออนไลน์ Cyberbullying ในกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาใน 5 ภูมิภาคของประเทศ ผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่สร้างความเข้าใจในประเด็นเรื่อง Digital Resilience และพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือการวิจัยในลักษณะการทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมทั้งหน่วยงานภาคประชาสังคม ได้แก่ สภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย และมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย

2. การพัฒนาการตรวจจับข่าวปลอมโดยการเรียนรู้ของเครื่องและการตรวจสอบข้อเท็จจริงของประชาชน โดย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำการวิเคราะห์เนื้อหา ลักษณะเนื้อหา กลุ่มคำ ภาษากาการแพร่กระจายข่าวปลอมและวิเคราะห์ผลลักษณะเนื้อหาดังกล่าว และจัดทำรายงานการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Report) สำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันตรวจจับข่าวปลอม และวิจัยเชิงสำรวจประชาชน (Survey

Research) สำรวจความคิดเห็นประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 1,120 คน เพื่อพัฒนาระบบต้นแบบการตรวจจับข่าวปลอม

โครงการให้ทุนปี 2563

มีโครงการที่ได้รับการสนับสนุนทุนจำนวน 3 ประเภท คือ **โครงการเปิดรับทั่วไป (Open Grant)** คือ โครงการที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจจากทั่วประเทศยื่นขอรับการสนับสนุนทุนตามกลุ่มเป้าหมายที่กองทุนสื่อฯ กำหนด เช่น การผลิตสื่อเพื่อกระตุ้นพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็ก การวิจัยปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ การส่งเสริมกลไกการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อ เป็นต้น **โครงการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant)** คือ โครงการที่สนับสนุนทุนตามประเด็นตามยุทธศาสตร์ของกองทุนสื่อฯ เช่น การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ การรับมือกับข่าวปลอม การรู้เท่าทันเกม เป็นต้น และ **โครงการให้ทุนประเภทความร่วมมือ (Collaborative Grant)** คือ โครงการสนับสนุนทุนสำหรับภาคีเครือข่ายของกองทุนสื่อฯ โดยมีตัวอย่างโครงการที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

3. โครงการพัฒนากลไกขยายผลหลักสูตรต้นแบบ ครูผู้นำนักสื่อสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ โดย มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม) เพื่อสร้างหลักสูตรต้นแบบในการพัฒนาครูในพื้นที่ห่างไกลให้เป็นนักจัดกระบวนการเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ

4. โครงการรู้เท่าทันภัยพ่นผ่านสื่อ ความเข้มแข็งที่สร้างได้ จากครูผู้สอน โดย ดร.ธีรรัตน์ วงศ์ธนะเอนก สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเรียนการสอนให้นักเรียนและหลักสูตรจัดอบรมครูเพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องภัยพ่นออนไลน์และอบรมการใช้เครื่องมือในการเรียนการสอน พร้อมลงพื้นที่ติดตาม/ ประเมินผลการใช้งาน



โครงการให้ทุนปี 2564

มีโครงการให้ทุนจำนวน 5 ประเภทจำแนกเป็น (1) **โครงการให้ทุนแบบเปิดรับทั่วไป (Open Grant)** คือ โครงการที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจจากทั่วประเทศยื่นขอรับการสนับสนุนทุนตามกลุ่มเป้าหมายที่กองทุนสื่อฯ กำหนด เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้พิการ กลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นต้น (2) **โครงการให้ทุนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant)** คือ โครงการที่สนับสนุนทุนตามประเด็นตามยุทธศาสตร์ของกองทุนสื่อฯ เช่น วัฒนธรรมกับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โทษและความเสี่ยงของสื่อออนไลน์ การสร้างสื่อเพื่อส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียม เป็นต้น (3) **โครงการให้ทุนประเภทความร่วมมือ (Collaborative Grant)** คือ โครงการสนับสนุนทุนสำหรับภาคีเครือข่ายของกองทุนสื่อฯ (4) **โครงการให้ทุนผู้รับทุนเดิม** คือ โครงการสนับสนุนทุนสำหรับผู้รับทุนเดิมเพื่อนำไปต่อยอดงานที่เคยได้รับทุนให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากยิ่งขึ้น (5) **โครงการให้ทุนสำหรับเด็กและเยาวชน** คือ โครงการที่สนับสนุนทุนที่เปิดโอกาสให้กับเด็กและเยาวชนเป็นผู้ดำเนินโครงการเอง

จากผลการการดำเนินงานที่ผ่านมาทั้งโครงการสนับสนุนทุนและโครงการดำเนินเองของกองทุนสื่อฯ ระหว่างปี 2563 – 2564 นั้น ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมในมิติด้านต่างๆ ดังนี้ (1) เกิดนโยบายการขับเคลื่อนและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับจังหวัดและแนวทางการปฏิบัติร่วมกันในการสร้างพื้นที่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ใน 4 ภูมิภาคจำนวน 23 จังหวัด ร้อยละ 30 ของจังหวัดในประเทศไทย (2) เกิดโรงเรียนที่นำหลักสูตรกลางไปใช้ในการยกระดับเป็นศูนย์การเรียนรู้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กเยาวชนและชุมชน ไม่น้อยกว่า 4 โรงเรียนใน 4 ภูมิภาคที่สามารถสร้างแกนนำครู และนักเรียนจากทั่วประเทศ ทั้งจากในระบบและนอกระบบการศึกษา (3) เกิดการขยายฐานครูแกนนำ 50 คนใน 4 ภูมิภาค (4) มีเด็กและเยาวชนจำนวน

ไม่น้อยกว่า 10,000 คน ได้รับการพัฒนาทักษะการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อ โดยร้อยละ 70 ผ่านการทดสอบว่า มีความรู้ความเข้าใจด้านการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น (5) มีเด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า 3,000 คน สามารถพัฒนาความฉลาดทางดิจิทัลของตนเองผ่านหลักสูตรการเรียนรู้ออนไลน์⁶

ภายใต้โครงการต่าง ๆ เหล่านี้ กองทุนสื่อฯ มีแผนงานในการนำเอาผลงานที่ได้ดำเนินการไปแล้วมาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้เพื่อจัดทำคู่มือสำหรับการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ โดยปัจจุบันกองทุนฯ ได้ทำบันทึกความเข้าใจหรือ MOU ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ ทั้งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) พร้อมทั้งมีเป้าหมายในการจัดทำหลักสูตรการเรียนรู้เท่าทันสื่อซึ่งเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับประชาชนทั่วไปด้วย

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาความร่วมมือภายในประเทศระหว่าง มูลนิธิสภาการหนังสือพิมพ์ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ มูลนิธิฟรีดริช เนามัน (ประเทศไทย) COFACT (ประเทศไทย) และสถาบันเซาธ์อีสท์

และร่วมมือกับหน่วยงานต่างประเทศได้แก่ การขยายความร่วมมือกับ Department of Information and Broadcasting, Ministry of Information, Cambodia โดยกองทุนสื่อฯ ได้นำเสนอผลงาน เรื่อง “Thai Media Fund’s action to raise awareness of COVID-19, combat COVID-

⁶ ข้อมูลจากรายงานการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตามกรอบหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดการประเมินของคณะกรรมการประเมินผล กองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ 2564

19's infodemic and fact-checking" ในงาน Online Workshop on "Internet Safety" การขยายความร่วมมือกับ ASEAN โดยการเข้าร่วมเป็นหนึ่งในภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง ในงาน Second Multi-stakeholder Consultation on the Training-of-Trainers Program to Address Disinformation and Promote Media Literacy และกับสำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ และได้ร่วมเป็นเจ้าภาพและร่วมนำเสนอผลงานของกองทุนในงาน Countering the Coronavirus-related "Infodemic": Sharing Best Practices ร่วมกับ Asia Centre และ Taipei Economic and Cultural Office in Thailand รวมทั้งเข้าเป็นสมาชิก UNESCO Media and Information Literacy (MIL) Alliance ซึ่งมีสมาชิกกว่า 500 องค์กรทั่วโลก

นอกเหนือจากภารกิจในการจัดการความรู้ดังกล่าวข้างต้นแล้ว กองทุนสื่อฯ ยังมีแผนงานอื่นในการขับเคลื่อนภารกิจในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อควบคู่กันไปด้วย อาทิ การพัฒนาบุคลากร การสร้างเครือข่าย กิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนักรู้ และกิจกรรมการขับเคลื่อนที่ภาคส่วนต่าง ๆ อย่างมีส่วนร่วม

กองทุนสื่อฯ เชื่อว่าการส่งเสริมและสนับสนุนทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นมาตรการเชิงป้องกันให้ประชาชนมีทักษะในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารสามารถรับมือกับสื่อร้ายหรือสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์อันมีอยู่จำนวนมาก ไม่ให้ส่งผลกระทบด้านลบต่อประชาชนและสังคม ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวของกองทุนสื่อฯ ไม่สามารถดำเนินการเองได้เพียงลำพังหน่วยงานเดียว หากจำเป็นต้องบูรณาการภารกิจและการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานต่าง และจำเป็นต้องมีแผนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน ทั้งแผนระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว

กองทุนสื่อฯ เชื่อว่า การรู้เท่าทันสื่อจะนำไปสู่การตื่นรู้ของประชาชน เมื่อประชาชนตื่นรู้ก็ย่อมสามารถรับมือและจัดการกับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างมีเหตุผลและสมเหตุสมผล เกิดระบบนิเวศสื่อที่ดี มีความสมดุล และประชาชนกลายเป็นพลเมืองคุณภาพของประเทศ

การสร้างการรู้เท่าทันสื่อ จึงเท่ากับการฉีดวัคซีนทางปัญญาให้กับประชาชนนั่นเอง

เอกสารอ้างอิง

- Bordac,S. Introduction to Media Literacy History. *Journal of Media Literacy Education* 6(2), 1
- Deawkee, T. (2016). Morality and Ethics of Media for Presenting News in Digital Era. *Journal of Communication and Management NIDA*, 2, 136-140.
- Deecharoen, M., & Imsiri, P. (2014). *Media Literacy*. (Suan Dusit University, Ed.) Office of The National Broadcasting and Telecommunication Commission. Retrieved from http://bcp.nbtc.go.th/uploads/items/attachments/b7bb35b9c6ca2aee2df08cf09d7016c2/_651dab51d77cc9cc0b46de8a418db8e7.pdf
- Na Nakorn, P., & Thanaphansin, N. (2017). Using the Theory of the Role of Media with Press. (P. Chainan, Ed.) *Journal of Mass Communication*, 2(5), 150.
- National Public Relations Committee. (2020). *National Public Relation Policy and Plan No. 5,2020 - 2022*. Retrieved from

- <https://energy.go.th/2015/wp-content/uploads/2020/09/national-PR-Plan-63-65.pdf>
- National Reform Commission on Information Technology Mass Communication. (2021). *National Reform Plan.*, Office of the national Economic and Social Development Council. Retrieved from www.nscr.nesdc.go.th
- National Strategy Board. (2018). *National Strategy.* Office of the National Economic and Social Development Council. Retrieved from https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_PlanOct2018.pdf
- NBTC. (2015,). NBTC's History.(G. Administor, Editor, & The National Broadcasting and Telecommunication Commission) Retrieved March 15, 2022, from The National Broadcasting and Telecommunication Commission: <https://www.nbtc.go.th/About/history3.aspx>
- Office of the Royal Society. (2011). Office of the Royal Society Dictionary 2011. Retrieved from <https://dictionary.orst.go.th/index.php>
- Puksuk, P. (2021, December 7). *Rwanda: Settling the History of the Genocide, What can We Learn?*. Retrieved from <https://www.the101.world/lessons-from-the-rwandan-genocide/>

- Reith, J. (1977). *Report of the Committee on the Future of Broadcasting, Cmnd. 6753*. London: Her Majesty's Stationery Office.
- Siripongtugsin, N., & Tupjumpon, N. (2011). Politics in Public Media Policies of the Thai Public Broadcasting Service. *KKU Research Journal (Graduate Studies)*, 11, 71-74.
- Sudsau, A. (2009). Media Reform under the Constitution of the Kingdom of Thailand 2007. *Jullaniti*, 6(3), 98. Retrieved from https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/272/files/S%E0%B9%88ub_Jun/8think/think6.pdf
- Tantiwittayapitak, W. (2020, September 23). *Hiler's 7 Commandments and Mass War*. Retrieved from <https://www.the101.world/nazi-propaganda/>
- Thoman, Elizabeth. (1990/1991). Media Literacy: Agenda for the 90s. *Media&Values* 52/53,32.
- Tiewsomboon, P., & Khamwichit, N. (2016). Media Litercy Level Development of Thais under the Changing Media Landscape. *Journal of Public Relations and Advertising Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University*, 9, 97-99.
- Tsvietkova, H., Beskorsa, O., & Pryimenko, L. (2020). Development of media education in Canada: a brief history. *SHS W eb of Conferences* 75, 01001 (2020), 2.

- UNESCO. (2018). *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2*. Retrieved from www.uis.unesco.org
- Yenjabok, P. (2546). Media Literacy. (ChuenKha,R, Ed.) *Humanities Journals, Faculty of Humanities,Kasetsart University, 11*, 111.
- Yimprasert, U. (2014). *Media Literacy*. (Suan Dusit University, Ed.) Office of The National Broadcasting and Telecommunication Commission. Retrieved from http://bcp.nbtc.go.th/uploads/items/attachments/b7bb35b9c6ca2aee2df08cf09d7016c2/_651dab51d77cc9cc0b46de8a418db8e7.pdf