

# การรู้เท่าทันสื่อ: การก้าวทันบนโลกข่าวสาร

## Media Literacy: Keeping Pace with Information Age

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุบผา เมษศรีทองคำ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### บทคัดย่อ

“การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับสากล ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างพลังอำนาจในการบริโภคสื่ออย่างชาญฉลาดของผู้บริโภคสื่อ เพราะหากบุคคลใดขาดการรู้เท่าทันสื่อย่อมตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นการที่บุคคลในสังคมจะสามารถรู้เท่าทันสื่อได้ย่อมต้องอาศัยทักษะในการเข้าถึง ทักษะการวิเคราะห์ ทักษะการประเมินเนื้อหาสาระ ทักษะการสร้างสรรค์ และทักษะการมีส่วนร่วม รวมทั้งยังต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ล้วนส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

### Abstract

Media Literacy is an internationally accepted concept. Media Literacy is a significant tool in strengthening the empowerment of media. Those who lack media literacy can become a victim of information. Thus, a person with media literacy needs these skills: accessing, analyzing, evaluating, creating, and participating. Besides this, there are personal factors and environmental factors influencing media literacy.

### บทนำ

การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ที่มุ่งยึด “คน” เป็นศูนย์กลางการพัฒนาโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพคนในทุกมิติอย่างสมดุลทั้งจิตใจ ร่างกาย ความรู้และทักษะความสามารถเพื่อให้เพียงพร้อมทั้งด้าน “คุณธรรม” และ “ความรู้” ซึ่งจะนำไปสู่การคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล ส่งเสริมให้คนไทยเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและก้าวสู่สังคมฐานความรู้ได้อย่างมั่นคง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553)

ด้วยเหตุนี้ “สื่อ” จึงเข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตของคนในสังคม รวมทั้งมีบทบาทต่อการดำรงชีวิต การบ่มเพาะความเชื่อ ทศนคติ ความคิด ค่านิยม การประเมินคุณค่าต่อเรื่องราวต่างๆ และการปฏิบัติตนในด้านต่างๆของคนในสังคม ดังที่อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2543) กล่าวว่าข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้จากสื่อเป็นร่างแหที่ครอบคลุมทุกคนในสังคมไทยที่บางทีเราไม่รู้สึกรู้สึกรตัว นั่นคือ ประสบการณ์ที่ผ่านสื่อถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมของประชาชนในสังคม

แต่เมื่อพิจารณาจากบริบทการเปลี่ยนแปลงสังคมโลก ภายใต้อิทธิพลของเทคโนโลยีสมัยใหม่ผลต่อสังคมไทยอย่างมีอาจหลีกเลี่ยงได้ นั่นคือ แม้ว่าสังคมไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างกว้างขวางผ่านสื่อและเทคโนโลยี มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายจากทั่วทุกมุมโลก แต่สังคมไทยขาดภูมิคุ้มกันจากการบริโภคผ่านสื่อ (สุวรรณี คำมั่น, 2551) โดยยอมรับสิ่งที่สื่อนำเสนอไว้ทั้งหมดและคิดเอาเองว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอ นั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้อง เหมาะสมที่สุด ไม่มีข้อสงสัย ไม่มีการตั้งคำถามต่อการนำเสนอของสื่อ การบริโภคสื่อในลักษณะดังกล่าวจึงมีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดและพฤติกรรมของผู้รับสื่อ ทำให้เกิดการใช้สื่อและเลียนแบบพฤติกรรมหรือสิ่งที่ปรากฏในสื่ออย่างขาดสติ (ภิญโญ ศิริไทย, 2547) เช่น การเน้นวัตถุนิยม การบริโภคสินค้าอย่างฟุ่มเฟือย การมีพฤติกรรมก้าวร้าว รุนแรง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับที่วิทยากร เชียงกูล (2546) กล่าวว่าแม้ประเทศไทยจะมีสื่อหลากหลายรูปแบบและมีเป็นจำนวนมาก แต่คนไทยยังใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อความบันเทิงมากกว่าที่จะใช้เป็นแหล่งเพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาสติปัญญา ดังนั้นจากปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงย่อมสะท้อนให้เห็นถึงสภาวะการณ์ของคนในสังคมที่ถูกครอบงำจากสื่อหรือการไม่รู้เท่าทันสื่อตนเอง ด้วยเหตุนี้ “การรู้เท่าทันสื่อ” จึงเป็นเรื่องที่ทำนายสำหรับผู้บริโภคสื่อทุกคนบนโลกข่าวสารที่ไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน ดังนั้นบทความนี้จึงมุ่งทำความเข้าใจเบื้องต้นในบริบทที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญที่นำมาสู่การวางรากฐานในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างแท้จริงต่อไป

## นิยามของการรู้เท่าทันสื่อ

“การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ได้มีการให้คำนิยามที่หลากหลายทั้งในประเทศและต่างประเทศซึ่งตามทัศนะของนักวิชาการไทยได้ให้ความหมายไว้ดังที่ภิญโญ ศิริไทย (2547) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องของการเรียนรู้ การเลือกรับ และใช้ประโยชน์จากสื่อในทางสร้างสรรค์ เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคมโดยผู้ที่รู้เท่าทันสื่อจะไม่ตกอยู่ในอิทธิพลของสื่อได้โดยง่าย รู้จักหยาบคายสาระจากสื่อมาเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิต ในขณะที่รักจิต มั่นพลศรี (2547) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า คือ ทักษะความสามารถของบุคคลในการเข้าถึง ตีความ วิเคราะห์ วิพากษ์ ตัดสินและประเมินค่าข้อมูลข่าวสารที่สื่อเสนอทั้งในส่วนที่เป็นข้อคิดเห็นและข้อเท็จจริงซึ่งเป็นผลให้บุคคลนั้นมีพลังอำนาจในการควบคุมอิทธิพลหรือผลกระทบจากสื่อได้ เช่นเดียวกับที่จินตนา

ตันสุวรรณนันทน์ (2550) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การที่ผู้รับสื่อมีทักษะการคิดวิจารณ์โดยสามารถเข้าใจ วิเคราะห์ ตีความ ประเมินสื่อและสิ่งที่ได้รับจากสื่อได้โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อ ตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลและสังคมและรู้จักเลือกรับและใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชนและสังคม

สำหรับมุมมองของนักวิชาการต่างประเทศมีการให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้หลากหลายทัศนะโดย Baran (2004) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการทำความเข้าใจ และใช้ประโยชน์จากสื่อและเนื้อหาจากสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพ ส่วน Potter (2005) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นมุมมองจากการที่บุคคลเปิดรับสื่อและตีความหมายของเนื้อหาสื่อตามที่ได้เปิดรับด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อและมีสติในการเปิดรับ โดยวัตถุประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ คือ การเสริมสร้างพลังอำนาจของบุคคลเพื่อให้บุคคลควบคุมสื่อ ไม่ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของสื่อ ในขณะที่ Tallim (2005) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นความสามารถที่จะเลือกและวิเคราะห์สารจากสื่อต่างๆ ซึ่งเป็นความสามารถในการตั้งคำถามได้อย่างเหมาะสมว่ามีอะไรอยู่ในสารนั้น และอะไรอยู่เบื้องหลังในการผลิตสื่อ อันได้แก่ วัตถุประสงค์ เงินทุน ค่านิยมและเจ้าของ เพื่อให้รู้ว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อเนื้อหาอย่างไร และ Wood (2006) ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อว่า หมายถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน เข้าถึง วิเคราะห์ ประเมินและโต้ตอบกับสื่อมวลชนได้อย่างกระตือรือร้นด้วยกลยุทธ์แบบวิพากษ์และข้อมูลที่เพียงพอ

นอกจากนี้องค์กรต่างๆ ในต่างประเทศทั้ง European Commission (2007), Canadian Council on Learning (2008) และ UNESCO-Teacher Training (2008) อ้างถึงใน Oxstrand, (2009) ล้วนให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อซึ่งเป็นแนวคิดสู่การศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่สอดคล้องกันว่าเป็นความสามารถในการเข้าถึง (access) เข้าใจ (understand) ประเมิน (evaluate) และสร้างสรรค์ (create) เนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลายภายใต้บริบทที่แตกต่างกัน

ดังนั้นสรุปได้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” หมายถึง ความสามารถของแต่ละบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ ตีความ ประเมิน และสร้างเนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลายด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อโดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ และสามารถเสริมสร้างพลังอำนาจของตนเพื่อให้สามารถใช้สื่อเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของทั้งต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคม

## ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลตั้งได้ระบุไว้ในยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชนขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ซึ่งอยู่ในกรอบแนวคิดเรื่อง “การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออกและการเสริมสร้างสมรรถนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน” โดยมีหลักการหนึ่งระบุไว้ว่าด้วย “การยกระดับการรู้เท่าทันสื่อให้สูงขึ้น” ส่งผลให้ประเทศสมาชิกนานาประเทศขององค์การยูเนสโกได้ขานรับหลักการนี้และนำไปขับเคลื่อนในประเทศของตน (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552)

Jone (n.d.) กล่าวถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้รับสื่อ โดยช่วยให้พวกเขาตระหนักว่าเนื้อหาจากสื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเขาอย่างไร การรู้เท่าทันสื่อจะช่วยให้นักเรียนและวัยรุ่นไม่ถูกรบกวนจากสื่อและหรือบริษัทผู้ผลิตที่คาดหวังผลกำไรที่จะหลอกล่อให้วัยรุ่นซื้อสินค้า การรู้เท่าทันสื่อจะส่งเสริมสร้างพลังอำนาจให้ผู้รับสื่อสามารถเลือกรับสื่อและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพในบริบทต่างๆ โดยมุมมองนี้ก็สอดคล้องกับ Davis (1992) ที่เห็นว่ากรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวคิดที่มองผู้รับสื่อเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น มีความสามารถในการวิเคราะห์และใช้สื่อได้เป็นอย่างดี โดยผู้รู้เท่าทันสื่อจะเป็นผู้บริโภคสื่ออย่างมีเหตุผล เป็นผู้เรียนรู้ที่จะกำกับพฤติกรรมของตนเองให้ประพฤติปฏิบัติอย่างมีเหตุผล (Buckingham, 2003)

เพราะฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่ากรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในโลกของการสื่อสารที่อัดแน่นไปด้วยข้อมูลข่าวสารทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ การรู้เท่าทันสื่อมีความสำคัญในแง่ที่จะช่วยให้บุคคลเป็นผู้มีความสามารถ มีวิจารณญาณ และเป็นผู้รู้เท่าทันในทุกรูปแบบของสื่อจนทำให้บุคคลสามารถที่จะควบคุมการตีความหมายจากสิ่งที่เห็น ได้ยินหรือมีปฏิสัมพันธ์ด้วยมากกว่าการปล่อยให้การตีความหมายนั้นมาควบคุมบุคคลด้วยการเรียนรู้ที่จะตั้งคำถามที่ถูกต้องเกี่ยวกับสิ่งที่ดู อ่าน ฟังหรือได้รับนั่นเอง

## ทักษะที่จำเป็นสำหรับการรู้เท่าทันสื่อ

ในรายงาน Learning for the 21st Century ได้กล่าวถึงทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานและใช้ชีวิตในศตวรรษที่ 21 ไว้ว่า “ประชาชนต้องการรู้มากกว่าเนื้อหาความรู้หลัก พวกเขาจำเป็นต้องรู้ว่าจะใช้ความรู้และทักษะของตนที่มีอยู่อย่างไร ทั้งการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การประยุกต์ความรู้ในสถานการณ์ใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร การมีส่วนร่วม การแก้

ปัญหาการตัดสินใจ นอกจากนี้พวกเขาก็ต้องเป็นผู้ที่เรียนรู้ตลอดชีวิต พัฒนาความรู้ของตนเองให้ทันสมัยอยู่เสมอ” และมีการระบุถึงทักษะที่จำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อไว้ดังนี้ (Center for Media Literacy, 2008)

1. ทักษะในการเข้าถึง (Access Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมและมีประโยชน์ และสามารถทำความเข้าใจความหมายของเนื้อหาสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถตรวจสอบการออกแบบทั้งรูปแบบของเนื้อหาสาร โครงสร้างของเนื้อหาสาร และลำดับเหตุการณ์ของเนื้อหาสาร รวมถึงสามารถไขแนวคิดต่างๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในการทำความเข้าใจบริบทของเนื้อหาสารที่น่าเสนอ
3. ทักษะการประเมินเนื้อหาสาร (Evaluate Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาสารไปยังประสบการณ์ส่วนบุคคลและทำการตัดสินใจเกี่ยวกับความถูกต้อง คุณภาพและความเกี่ยวข้องของเนื้อหาสาร
4. ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเขียนความคิดของพวกเขา โดยใช้ข้อความ เสียง และ/หรือภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งสามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาสารของพวกเขา
5. ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมหรือปฏิสัมพันธ์ ซึ่งจะส่งผลมหาศาลในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อข้างต้นสอดคล้องกับที่คณะกรรมการยุโรป (Celot & Perez Tomero, 2009) กล่าวถึงโครงสร้างของการรู้เท่าทันสื่อว่าประกอบด้วย 2 มิติ คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม (Environmental Factors) เป็นระดับพื้นฐานซึ่งเป็นชุดของปัจจัยที่เป็นไปตามบริบทที่มีผลต่อบุคคลแต่ละคนและเชื่อมโยงกับสื่อมวลชนศึกษาและสิทธิของพลเมือง ซึ่งประกอบด้วย 2 มิติย่อย ได้แก่
  - 1.1 ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (Media Availability) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ
  - 1.2 บริบทการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy Context) ได้แก่ สื่อมวลชนศึกษา นโยบายการรู้เท่าทันสื่อ ประชาสังคมและอุตสาหกรรมสื่อ

2. ความสามารถส่วนบุคคล (Individual Competences) หมายถึง ความสามารถเฉพาะของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการฝึกปฏิบัติทางทักษะ (การเข้าถึง, การวิเคราะห์และการสื่อสาร) เพื่อเพิ่มระดับของความตระหนัก การวิเคราะห์อย่างวิพากษ์และความสามารถที่สร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาซึ่งประกอบด้วย 2 มิติย่อย ได้แก่

2.1 ความสามารถของบุคคล (Personal Competences) ประกอบด้วย

2.1.1 ทักษะการใช้สื่อ (Use Skills) เป็นเงื่อนไขแรกของการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อซึ่งเป็นการประสานระหว่างความสามารถในการเข้าถึงสื่อและทักษะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ได้แก่ การใช้สื่ออย่างเหมาะสมและคล่องแคล่ว ทักษะทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตและการใช้อินเทอร์เน็ตที่รู้จุดหน้า

2.1.2 ทำความเข้าใจในสื่ออย่างพินิจพิเคราะห์ (Critical Understanding) เป็นส่วนสำคัญสุดของความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลและสื่อ โดยที่แต่ละบุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสื่ออย่างไรขึ้นกับความเข้าใจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในแง่ของเนื้อหาและบริบท ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับสื่อและข้อบังคับของสื่อ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อและพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อ

2.2 ความสามารถทางสังคม (Social Competences) ประกอบด้วย ความสามารถทางการสื่อสาร ได้แก่ การมีส่วนร่วม ความสัมพันธ์ทางสังคมและการสร้างสรรค์เนื้อหา

ดังนั้น องค์ประกอบของความสามารถของบุคคลและความสามารถทางสังคมสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสามารถของบุคคลและความสามารถทางสังคม

ความสามารถ (Competences)	การกระทำ (Action)	มิติทักษะส่วนบุคคล (Individual Skills Dimensions)	เป้าหมาย (การดำเนินการที่มีความเกี่ยวข้องกัน)
ความสามารถของบุคคล (Personal Competences)	ทักษะการใช้สื่อ (Use Skills)	ทักษะที่เกี่ยวข้องกับเทคนิค (Technical Skills) ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการทางสื่อที่ต้องการการใช้เครื่องมือสื่ออย่างมีประสิทธิภาพ	การใช้สื่อ (Using Media) การใช้เครื่องมือ
	ทำความเข้าใจในสื่ออย่างพินิจพิเคราะห์ (Critical Understanding)	ความสามารถเกี่ยวกับการรับรู้ (Cognitive Skills) ความสามารถที่เชื่อมโยงกับความรู้และการดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องหมายและสัญลักษณ์: การเข้ารหัส/การถอดรหัส/การตีความ/การประเมินตัวบทสื่อ	การประเมินและการได้มาในการรายงานของสื่อและเนื้อหาสื่อ (Evaluating and Taking Account of Media and Media Content) ความเข้าใจและความตระหนัก
ความสามารถทางสังคม (Social Competences)	การสื่อสาร (Communicate)	ทักษะทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วม (Communicative and Participative Skills) ความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและการรักษาเครือข่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Building Social Relations) เครือข่ายทางสื่อ</li> <li>การมีส่วนร่วมในแวดวงสาธารณะ (Participating in Public Sphere)</li> <li>ทักษะการมีส่วนร่วมของพลเมือง (Citizen's Participation Skills) ความเป็นพลเมืองที่คล่องตัว</li> <li>การสร้างและผลิตเนื้อหา (Creating and Producing Content) การสร้างสื่อ</li> </ul>

ที่มา: Celot, P. & Perez Tornero, J.M. (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy: Final Report*.

Brussels: The European Commission.

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

Buckingham และคณะ (2005) และ Livingstone และคณะ (2007) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อว่ามีดังนี้

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงและการตอบสนองต่อสื่อ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่มีอายุมากกับคนวัยหนุ่มสาวพบว่าผู้ที่มีอายุมากมีระดับของการเข้าถึงสื่อใหม่น้อยกว่าคนวัยหนุ่มสาวแต่มีความเข้าใจอย่างพินิจพิเคราะห์สูงกว่า

2. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status: SES) หมายถึง รายได้ การศึกษาและระดับชั้นทางสังคม ซึ่งล้วนมีผลต่อการเข้าถึง ความเข้าใจและการสร้างสรรค์ในมิติของการรู้เท่าทันสื่อ เช่น รายได้มีความสำคัญต่อการเข้าถึงสื่อ หรือการศึกษาที่มีความสำคัญอย่างมากต่อความเข้าใจอย่างพินิจพิเคราะห์

3. เพศ (Gender) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญที่เชื่อมโยงกับทักษะระดับสูงที่เพิ่มขึ้นโดยอยู่บนพื้นฐานของการเข้าถึงสื่อ เช่น เพศชายมีโอกาสในการสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อในเว็บบล็อกและสื่อชุมชนมากกว่าเพศหญิง

4. ความพิการหรือการไร้ความสามารถ (Disability) ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ แต่ทั้งนี้ขึ้นกับลักษณะของเทคโนโลยีและลักษณะของการรู้เท่าทันสื่อ (หรือการใช้เทคโนโลยี)

5. การออกแบบของเทคโนโลยีและเนื้อหา (Design) พบว่าถ้าสื่อและแบบเรียนทางการสื่อสารและเทคโนโลยีได้รับการออกแบบมาอย่างดี ดังนั้นความจำเป็นในเรื่องของทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนก็จะลดน้อยลง แต่ถ้าหากว่าการออกแบบเทคโนโลยีและเนื้อหาไม่มีคุณภาพย่อมมีผลทำให้ความจำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนเพิ่มมากขึ้น

6. ความตระหนักรู้ของผู้บริโภค (Consumer Awareness) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดความเชื่อถือในเนื้อหาสื่อตลอดจนสถาบันสื่อและในบริบทที่เป็นข้อกำหนดของสื่ออันจะเป็นการลดความเชื่อที่ไร้เหตุผล

7. คุณค่าที่รับรู้ได้ (Perceived Value) เช่น อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีคุณค่าที่รับรู้ได้จึงทำให้การรู้เท่าทันสื่อสามารถเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

8. ความสามารถในตน (Self-Efficacy) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อโดยเป็นการผสมผสานเชื่อมโยงระหว่างทักษะและความมั่นใจในตนเองในการใช้สื่อซึ่งนำไปสู่การค้นคว้าและการเรียนรู้ที่มากขึ้น

9. เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) มีบทบาทสำคัญต่อบุคคลในการส่งเสริมเพื่อให้ได้รับและคงไว้ซึ่งการเข้าถึงสื่อโดยเฉพาะเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการจะช่วยส่งเสริมทุนทาง

สังคมในชุมชนได้เป็นอย่างดี

10. ส่วนประกอบทางครอบครัว (Family Composition) กล่าวคือ ครอบครัวที่มีเด็ก ๆ ในบ้านจะช่วยเพิ่มการรู้เท่าทันสื่อในแง่ของการเข้าถึงสื่อใหม่ได้ง่ายขึ้น โดยเด็ก ๆ สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของช่องว่างระหว่างวัยและช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้ปกครองของตนอย่างไม่เป็นทางการ

11. สถานที่ทำงาน (Work) ช่วยทำให้บุคคลที่ทำงานกับเทคโนโลยีสื่อใหม่ได้มีโอกาสเรียนรู้และเพิ่มประสบการณ์มากขึ้นส่งผลให้การรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น

12. ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Stakeholders) โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นนักการศึกษา กลุ่มผู้บริโภค หน่วยงานอุตสาหกรรมและรัฐบาลล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกันในการทำให้ประชาชนมีประสบการณ์และความชำนาญด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารได้อย่างลึกซึ้งและกว้างขวางซึ่งย่อมส่งผลให้การรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น

## unassu

“การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างยิ่งในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าใจ ประเมินและสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อโดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ ใช้สื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตทั้งต่อตนเอง ครอบครัวและสังคมโดยภาพรวม เพราะหากบุคคลใดในสังคมขาดการรู้เท่าทันสื่อ บุคคลนั้นย่อมตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นทุกองค์กรในภาคส่วนของสังคมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงควรมุ่งส่งเสริมและกระตุ้นให้คนในสังคมตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อเพื่อที่จะสามารถก้าวข้ามกับดักแห่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างมั่นคงตลอดไป

## บรรณานุกรม

- จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2550). ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ปรินุญานินพนธ์วิทยาศาสตร์ดุสิตบัณฑิต (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นภินทร ศิริไทย. (2547). "ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพภูมิคุ้มกันสุขภาพที่ดีสำหรับเด็กและเยาวชน" ใน การพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพสู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). ถอดรหัส ลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ: คู่มือการเรียนรู้รู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพมหานคร: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น
- รักจิต มั่นพลศรี. (2547). Media Literacy: ศาสตร์แห่งการเปิดรับสื่อด้วยปัญญา. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล. (2): 67-83.
- วิทยากร เชียงกุล. (2546). การปฏิรูปสื่อและการสื่อสารจะช่วยการปฏิรูปการศึกษาและสังคมได้อย่างไร. ในสื่อมวลชนบนเส้นทางทุนนิยม. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.
- สุวรรณณี คำมัน. (2551). สภาพปัจจุบัน ปัญหาและแนวโน้มบริบทการเปลี่ยนแปลงสังคมโลกและสังคมไทยภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ด้านสังคม. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พรักหวานกราฟฟิค จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554). ค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.planphatthalung1.go.th/plandata/policy/policy06.pdf>.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2543). สื่อกับบทบาททางการศึกษาในมุมมองดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. วารสารสื่อพลัง, (5), 22-29.
- Baran, S. J. (2004). *Introduction to Mass Communication* (3rd ed.). Boston, MA: McGraw Hill.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning, and contemporary culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Buckingham, D. (2005). Constructing the media competent child: Media literacy and regulatory policy in the UK. *MedienPädagogik*, 5(2), 05-1.
- Buckingham, D., Banaji, S., Carr, D., Cranmer, S., & Willett, R. (2005). *The media literacy of children and young people: A review of the research literature*. Project Report. OFCOM, London.
- Canadian Council on Learning. (2008). Media Literacy for Children in the Internet Age. Retrieved July 16, 2010, from [www.jmle.org/index.php/JMLE/article/view/48/32](http://www.jmle.org/index.php/JMLE/article/view/48/32).
- Celot, P., & Perez Tornero, J. M. (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy: Final Report*. Brussels: The European Commission.
- Center for Media Literacy. (2008). *Literacy for the 21st century: An overview & orientation guide to media literacy education* (2<sup>nd</sup> ed.). Malibu, CA: Center for Media Literacy.
- Davis, K. (1962). *Human relations at work*. New York, NY: McGraw-Hill.
- European Commission. (2007). *A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment*. Retrieved July 20, 2010, from [www.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/does/com/en.pdf](http://www.europa.eu/avpolicy/media_literacy/does/com/en.pdf).
- Jones, J. L. (n.d.). Media Literacy. Retrieved July 18, 2010, from <http://www.askdijami.org>.
- Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2005). *Adult media literacy: a review of the research literature*. London, UK: Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science.



Oxstrand, B. (2009). *MEDIA LITERACY EDUCATION- A Discussion about Media Education in the Western Countries, Europe and Sweden.*

Paper presented at the Nordmedia09 Conference in Karlstad University. Sweden.

Potter, W. J. (2005). *Media literacy.* Thousand Oaks: Sage.

Tallim, J. (2005). What is Media Literacy? Retrieved July 2, 2010, from [http://www.media-awareness.ca/English/teachers/media-literacy/what\\_is\\_media\\_literacy.cfm](http://www.media-awareness.ca/English/teachers/media-literacy/what_is_media_literacy.cfm).

Wood, J. T. (2006). *Communication in our lives.* Belmont, CA: Wadsworth.