

การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะที่ต้องรู้และนำไปใช้ในยุคสื่อสังคมออนไลน์ อังคณา แวซอหาะ

Received: 7 May 2021 / Revised: 25 May 2021 / Accepted: 4 June 2021

บทคัดย่อ

การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะความรู้ ความสามารถในการใช้สื่อ และตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการใช้สื่อในฐานะของผู้ใช้สื่อ และผู้ผลิตสื่อ ที่บุคคลสามารถนำไปพัฒนาตนเองจนเกิดความชำนาญ เพื่อให้เกิดความเข้าใจสื่อ เข้าใจความหมายที่สื่อต้องการสื่อสาร และเข้าใจเทคนิคต่าง ๆ ที่สื่อใช้ในการสร้างเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้รับสื่อ และผู้ผลิตสื่อ ในยุคที่ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารได้อย่างอิสระ ไร้ข้อจำกัดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ บทความนี้นำเสนอ สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ สิ่งที่ผู้รับสื่อ และผู้ผลิตสื่อต้องรู้เพื่อเท่าทันสื่อ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับสื่อ และบริบทในสังคมที่ต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์ในการดำรงชีวิตประจำวัน และการทำงาน โดยให้ความสำคัญกับผู้ใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ และพร้อมที่จะเป็นผู้ผลิตสื่อที่มีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาสังคมภายใต้ข้อมูล ข่าวสารที่สร้างสรรค์

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ สื่อสังคมออนไลน์

Media literacy: Esseential Skills Needed in Using Social Media

Angkana Waesoho

Abstract

Media literacy is a cognitive and practical skill that individuals both as media users or media producers need to acquire to develop themselves to gain expertise to understand the media, the content of the media techniques used in creation. The impact of media to media users and producers in this easy access age of social media. This article presents some of the most popular social media platforms and media literacy process that media recipients and media producers need to know. Media literacy skill can be applied in everyday life and in working, to be effective media users and producers and to create creative social media.

Keywords: Media literacy, Social Media

Lecturer Division of General Education, Faculty of Liberal Arts
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
Email: Angkhana.w@rmup.ac.th

บทนำ

ในยุคที่ข้อมูล ข่าวสารมีการเผยแพร่อย่างแพร่หลาย และความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว การบริโภคสื่อย่อมทำได้ง่าย หากผู้รับสื่อไม่รู้จักแยกแยะ พิจารณา ไตร่ตรองให้ดีย่อมตกเป็นเหยื่อของสื่อได้ง่าย การรู้จักสื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เราเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ รู้จักแยกแยะข้อเท็จจริงไม่ตกเป็นเหยื่อทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว รู้จักจะใช้สื่อ การรู้เท่าทันสื่อเป็นการสร้างความตระหนักรู้ และเป็นภูมิคุ้มกันแก่ผู้ใช้สื่อและผู้ผลิตสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ เป็นส่วนหนึ่งของทักษะสำคัญในการใช้ชีวิต และการทำงานที่เกี่ยวข้องกับทักษะสารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี เป็นชุดความรู้ความสามารถที่กล่าวถึง การติดตามความเคลื่อนไหวของข้อมูล ข่าวสาร ความรอบรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดในการสื่อสาร ซึ่งผู้รู้เท่าทันสื่อต้องมีความเข้าใจในการตีความ วิเคราะห์ ประเมิน สร้างสรรค์เนื้อหาภายในสื่อ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในยุคของข้อมูล ข่าวสารที่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อดั้งเดิมที่คุ้นเคยอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ และสื่อใหม่ในรูปแบบของสื่อดิจิทัลอย่างสื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย และมีการแข่งขันสูง ซึ่งในแต่ละวันมีจำนวนข้อมูล ข่าวสาร มีเข้ามาหลากหลายประเภท อาทิ ข่าวสาร เหตุการณ์ในอดีตและปัจจุบัน ข้อมูลสินค้าและบริการ ความเชื่อ ค่านิยม รวมทั้งข้อเท็จจริงในศาสตร์ต่าง ๆ ที่ต้องทำความเข้าใจ คัดกรอง และเลือกใช้ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ หากเลือกที่จะเชื่อทุกเรื่องด้วยความมั่นใจในข้อเท็จจริงที่ได้รับอาจจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความคิดวิเคราะห์ และวิพากษ์ รวมทั้งส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการบริโภคสื่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีการใช้อย่างแพร่หลายสังเกตได้จากสถิติการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในปี พ.ศ. 2563 (WeAreSocial, 2563 : ออนไลน์) พบว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 52 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 75 โดยเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วมา 1.0 ล้านคน จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีจำนวน 52 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 75 เพิ่มขึ้นมา 2.3 ล้านคน โดยใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงสื่อมากถึง 9 ชั่วโมงต่อวัน คอนเทนต์ที่นิยมอันดับ 1 คือ ออนไลน์วิดีโอ ร้อยละ 99 รองลงมา คือ สตรีมมิ่ง ร้อยละ 68 และ Vlog ร้อยละ 55 จากจำนวนผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้น และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมกรบริโภคสื่อสังคมออนไลน์

ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงเปรียบเสมือนทักษะของการเรียนรู้ เพื่อที่จะเข้าใจสื่อและผลกระทบของสื่อ เข้าใจในความหมายที่อยู่ในสื่อ ไม่ใช่เพื่อมุ่งทำลายสื่อ ไม่ใช่เพื่อผลิตสื่อ ไม่ใช่เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกิดจากมุมมองเพียงด้านเดียว ไม่ใช่การปฏิเสธสื่อ ไม่ใช่การเพิกเฉยนำสื่อมาใช้ และสามารถใช้อย่างให้เกิดประโยชน์ได้

สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน

สื่อ ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2554 : ออนไลน์) หมายถึง วัสดุต่าง ๆ ที่นำมาสร้างสรรค์งานศิลปกรรมให้ความหมายตามแนวคิด ซึ่งศิลปินประสงค์แสดงออกเช่นนั้น เช่น สื่อผสม หมายถึง วัสดุที่ใช้สำหรับการสร้างสรรค์งานทัศนศิลป์ร่วมกันตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป เช่น สีน้ำที่มีคุณลักษณะบางสไล์กับสีโปสเตอร์ที่มีคุณสมบัติหนาที่บดดินสอกับหมึก สื่อการศึกษา หมายถึง วิธีการ เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้เป็นสื่อในการศึกษา สื่อมวลชน หมายถึง สื่อกลางที่นำข่าวสาร และเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สื่อเป็นสื่อกลางของการนำเสนอเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศระหว่างผู้ส่งสารที่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ อย่างชัดเจนว่าต้องการบอกกล่าวสิ่งใดบ้างต่อผู้รับสาร ผู้รับสารเองก็เช่นเดียวกันมีวัตถุประสงค์ต่อการรับสารดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการในเรื่องใดบ้าง

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ คือ ช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทในการดำรงชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมากในการติดตามข้อมูลข่าวสารในประเทศและต่างประเทศ ติดตามความเคลื่อนไหวในสังคม การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล การซื้อขาย การเรียน และการพักผ่อนเพื่อผ่อนคลาย เป็นต้น สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ผู้ส่งสารสามารถแบ่งปันเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยที่สามารถตอบโต้กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารกันเอง ซึ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ในปัจจุบันมีดังนี้ (วรารพ คำจับ, 2562 : 147-148; พิชิต วิจิตรบุญรัตน์, 2554 : ออนไลน์)

1. บล็อก (Blogging) เป็นระบบการจัดการเนื้อหาที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เหมือนการบันทึกในรูปแบบไดอารี่ โดยบทความ

ที่ลงเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน จุดเด่นของบล็อก คือ การสื่อสาร
อย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่านผ่านการแสดงความคิดเห็น อาทิ Blogger,
WordPress, Bloggang, Exteen, Theguardian.com เป็นต้น

2. ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Micro-blogging) เป็นบล็อก
รูปแบบหนึ่งที่มีการจำกัดขนาดของข้อความในการโพสต์ โดยมีรูปแบบของข้อความ
เป็นข้อความสั้นๆ เฉพาะด้านที่น่าสนใจไม่เกิน 140 ตัวอักษร รวมทั้งสามารถใช้
เครื่องหมาย # (Hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน
จุดเด่นของทวิตเตอร์ และไมโครบล็อก คือ การใช้งานง่าย สามารถติดตามความ
เคลื่อนไหวของกิจกรรมต่าง ๆ และธุรกิจที่สนใจได้ง่าย อาทิ Twitter, Blauk, Tout,
Tumblr, Weibo เป็นต้น

3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) เป็นเว็บไซต์ที่บุคคล
หรือหน่วยงานสามารถติดต่อสื่อสารโดยการสร้างข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูล
เผยแพร่รูปภาพและภาพเคลื่อนไหว โดยบุคคลอื่นสามารถแสดงความคิดเห็น หรือ
ส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือโต้ตอบการสนทนาได้ อาทิ Facebook, Google+, TikTok,
Badoo, Linkedin, Orkut เป็นต้น

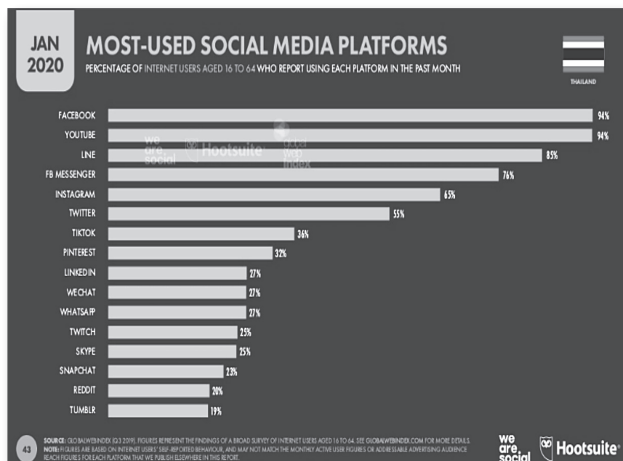
4. การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้
สามารถฝากหรือนำสื่อ ข้อมูล รูปภาพ วิดีโอขึ้นบนเว็บไซต์ เพื่อแบ่งปันให้แก่ผู้อื่น
อาทิ Youtube ใช้สำหรับแบ่งปันไฟล์วิดีโอ Flickr ใช้สำหรับแบ่งปันไฟล์รูปภาพ
SlideShare ใช้สำหรับแบ่งปันไฟล์พรีเซนเตชัน เป็นต้น

5. การสื่อสารด้วยข้อความ ภาพ และเสียง (Instant messaging) เป็น
โปรแกรมประยุกต์สำหรับการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ และคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้
ส่งข้อความ รูปภาพ เสียง คลิป รายชื่อ และสถานที่ไปยังผู้อื่น ๆ อาทิ Line,
WhatsApp, Messenger, Clubhouse เป็นต้น

สื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภทมีวัตถุประสงค์ และรูปแบบการ
นำเสนอที่แตกต่างกัน บางสื่อถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร การโฆษณา
การประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารบางส่วนอาจถูกสร้างขึ้นใหม่
และหรือปกปิด และหรือตกแต่งให้เสมือนจริงตรงตามความต้องการของผู้สื่อสาร
หรือถูกสร้างเพื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ ดังนั้นการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารจะให้
ความสำคัญกับสิ่งที่ผู้รับสารต้องการรับรู้ หรือมีการผลิตซ้ำเนื้อหาบางส่วนซ้ำ ๆ โดย

แอบแฝงความเชื่อและอุดมคติ จนกลายเป็นความเคยชินและทำให้เกิดความเชื่อหรืออุดมคติตามที่คุณผลิตคาดหวังไว้ หรือแม้แต่การนำเสนอข่าวสาร และหรือเหตุการณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ ภายในประเทศและต่างประเทศก็มักมีวาระซ่อนเร้นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเป็นข่าวที่ถูกสร้างขึ้นด้วยการสมรู้ร่วมคิดระหว่างผู้ผลิตกับผู้มีอำนาจ หากผู้รับสารสามารถรับรู้ และเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และรูปแบบการนำเสนอ ก็ย่อมที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

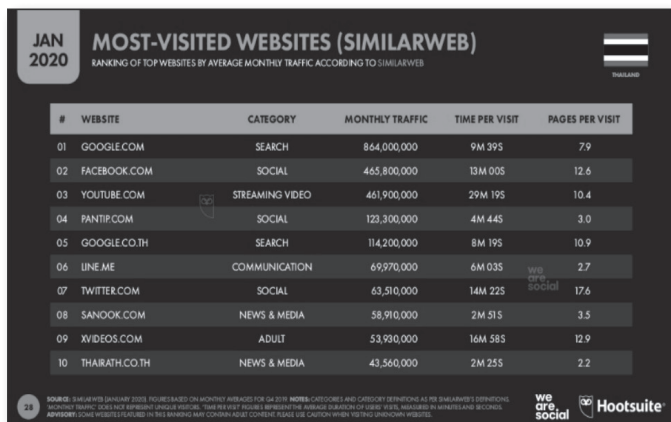
การมีสื่อสังคมออนไลน์ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อของผู้รับสื่อจากบทบาทผู้รับเพียงฝ่ายเดียวจากสื่อมาเป็นผู้ผลิตสื่อในรูปแบบที่แตกต่างตามประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้รับสื่อ จากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของคนไทยจากรายงานของ Digital Thailand ประจำปี 2563 โดย WeAreSocial (2563 : ออนไลน์) พบว่าสถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนไทย ในปี พ.ศ. 2563 ที่นิยมที่สุดคือ Facebook และ Youtube ร้อยละ 94 รองลงมาคือ LINE ร้อยละ 85 และ FB Messenger ร้อยละ 76 สิ่งที่น่าสนใจ คือ แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มาแรงและมีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นทุกปีคือ TikTok ร้อยละ 36 ทำให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของคนไทย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมที่สุดสำหรับคนไทยในปี พ.ศ. 2563

ที่มา: <https://blog.ourgreenfish.com/%E0%B8%AA%E0%B8%>

ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันที่สังคมต้องเว้นระยะห่างทางสังคมด้วยการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยิ่งทำให้มีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร ติดต่อกับสื่อสาร หาความรู้เพิ่มเติม หาความบันเทิง และการทำธุรกิจ รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง เป็นต้น สังเกตได้จากสถิติการเข้าใช้เว็บไซต์ของคนไทย พ.ศ. 2563 พบว่า เว็บไซต์ที่คนไทยเข้าใช้อันดับ 1 คือ Google.com เป็นเว็บไซต์สำหรับการสืบค้นข้อมูล อันดับ 2 คือ Facebook.com เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับการติดต่อกับสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูล อันดับ 3 คือ Youtube เป็นเว็บไซต์สำหรับแบ่งปันข้อมูล นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ผู้ใหญ่ออย่าง Xvideos.com และเว็บไซต์ข่าวอย่าง Sanook.com และ Thairath.co.th จะเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้ผู้ใช้สื่อเป็นผู้มีอิทธิพลต่อคนในสังคมอย่างมาก ซึ่งสามารถส่งผลดี และผลเสียต่อการดำเนินชีวิต การเรียนรู้ และการทำงาน หากผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใช้สื่ออย่างไม่รู้เท่าทันสื่อ ดังภาพที่ 2



#	WEBSITE	CATEGORY	MONTHLY TRAFFIC	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	SEARCH	864,000,000	9M 39S	7.9
02	FACEBOOK.COM	SOCIAL	465,800,000	13M 00S	12.6
03	YOUTUBE.COM	STREAMING VIDEO	461,900,000	29M 19S	10.4
04	PANTIP.COM	SOCIAL	123,300,000	4M 44S	3.0
05	GOOGLE.CO.TH	SEARCH	114,200,000	8M 19S	10.9
06	LINE.ME	COMMUNICATION	69,970,000	6M 03S	2.7
07	TWITTER.COM	SOCIAL	63,510,000	14M 22S	17.6
08	SANOOK.COM	NEWS & MEDIA	58,910,000	2M 51S	3.5
09	XVIDEOS.COM	ADULT	53,930,000	16M 58S	12.9
10	THAIRATH.CO.TH	NEWS & MEDIA	43,360,000	2M 25S	2.2

ภาพที่ 2 10 เว็บไซต์ที่คนไทยนิยมเข้าใช้ในปี พ.ศ. 2563

ที่มา : <https://blog.ourgreenfish.com/%E0%B8%AA%E0%B8%>

กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ

สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (2560 : ออนไลน์) กำหนดแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะและความสามารถในการใช้สื่ออย่างรู้ตัว ใช้สื่ออย่างต้นตัว สร้างสรรค์สื่อได้ โดยสามารถเข้าถึงสื่อที่หลากหลาย วิเคราะห์

ประเมินคุณภาพ คุณค่า ความน่าเชื่อถือ ผลกระทบของสื่อได้ กลั่นกรองเลือกสรร ใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว ร้องเรียนให้มีการแก้ไขเมื่อได้รับผลกระทบ

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552 อ้างอิงใน ปวีณา มะแซ, 2561 : 16) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า การอ่านสื่อให้ออก เพื่อพัฒนาทักษะในการเข้าถึง สื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่าและเข้าใจผลกระทบของสื่อ และสามารถใช้อุสือให้เกิดประโยชน์ได้

แววตา เตชาทวิวรรณ (2559 : 9) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้รู้เท่าทันสื่อไว้ว่า ต้องมีความสามารถในการเข้าถึง และการรับรู้สารสนเทศจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ที่เผยแพร่ข่าวสารในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ นิตยสาร เป็นต้น โดยมีความเข้าใจ สามารถรับรู้ และใช้ประโยชน์อย่างถูกต้องทั้งในฐานะผู้รับสาร และผู้ใช้อุสือรวมทั้งเข้าใจถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนในการโน้มน้าวหรือสร้างภาพลักษณ์ต่าง ๆ และพิจารณาได้ว่าข้อมูลข่าวสารจากสื่อมีความน่าเชื่อถือเพียงใด

อลิซ วาย แอล ลี (ลี, 2558 : ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า ความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ ประเมินผล ใช้ และสร้างสรรค์สารในสื่อ (Media Messages) ในรูปแบบที่หลากหลาย

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้เห็นว่ากรู้เท่าทันสื่อ มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคสังคมแห่งความรู้ที่บุคคลต้องพึ่งพาความรู้ และข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสารสนเทศดิจิทัลเป็นหลัก จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีทักษะความสามารถ ดังนี้ (ธีรพัฒน์ วงษ์คุ้มสิน, 2562 : 139-142; Center for Media Literacy, 2008 อ้างอิงใน ปวีณา มะแซ, 2561 : 20; ลี, 2558 : ออนไลน์)

1. ความสามารถในการประมวลความคิด หมายถึง ทักษะการเชื่อมต้อความคิด ทักษะการคิดแบบสร้างสรรค์และการแก้ไขปัญหา ทักษะการคิดวิพากษ์ ทักษะการคิดทบทวน และทักษะการคิดเชิงบวก ซึ่งจะช่วยให้บุคคลสามารถเขียน และวางแผนความคิดของตนเองโดยใช้ข้อความ เสียง และหรือภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อให้แก่บุคคลอื่นได้รับรู้ รวมทั้งสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาของตนเองได้

2. ความสามารถในการทางปฏิบัติ หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ และการมีทักษะการเรียนรู้ อาทิ การเรียนรู้ความร่วมมือ การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งบุคคลจำเป็นต้องฝึกและปฏิบัติ เพื่อเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ จนกลายเป็นความสามารถเฉพาะบุคคลที่สามารถเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสรรค์เนื้อหาของสื่อได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังต้องตระหนักรู้ถึงความสำคัญของสื่อและสารสนเทศที่ต้องนำไปใช้ประโยชน์

3. ความสามารถในการทางสังคม หมายถึง ทักษะการสร้างเครือข่าย และความร่วมมือ การจัดการตนเอง การเป็นพลเมืองดิจิทัล และทักษะในการปฏิสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรม ซึ่งทั้งหมดเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลมีความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออก รวมถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในการวิพากษ์ แสดงความคิดเห็น การทำงานร่วมกัน และการใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อสังคมบนพื้นฐานความรับผิดชอบและจริยธรรม รวมทั้งเปิดโอกาสให้บุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวิพากษ์ แสดงความคิดเห็น การทำงานร่วมกัน และใช้ประโยชน์จากสื่อของตนเองได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้การรู้เท่าทันสื่อยังต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การเข้าถึงสื่อ หมายถึง ทักษะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ เป็นทักษะทางเทคนิคที่จำเป็น เพื่อที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะการสืบค้นข้อมูล และทักษะการรวบรวมและจัดการข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้บุคคลสามารถรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้อง เหมาะสม และมีประโยชน์ รวมทั้งสามารถทำความเข้าใจต่อความหมายของเนื้อหาจากสื่อที่นำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแสดงออกมาจากความสามารถที่บุคคลรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มความสามารถ มีกระบวนการสืบค้นข้อมูล ข่าวสารจากสื่อหลากหลายประเภท และไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป มีความสามารถในการเก็บและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายโดยการอ่าน และทำความเข้าใจจดจำ และเข้าใจความหมายของคำศัพท์ สัญลักษณ์ และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสาร รวมทั้งสามารถพัฒนากลยุทธ์การสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่หลากหลาย และสามารถคัดกรองข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการใช้ได้

2. การประเมินผล และการทำความเข้าใจสื่อและสารสนเทศ หมายถึง ทักษะการทำความเข้าใจถึงผลกระทบของสื่อและสารสนเทศที่มีต่อบุคคลและสังคม และยอมรับว่าสื่อและสารสนเทศส่วนใหญ่มักมีความหมายแอบแฝงนัยทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม รวมทั้งทำความเข้าใจในรูปแบบของสื่อและสารสนเทศ พร้อมทั้งชื่นชมเนื้อหาและรูปแบบของสื่อและสารสนเทศ

การประเมินผลเป็นการประเมินความเกี่ยวข้อง ความทันสมัย ความน่าเชื่อถือ ความสมบูรณ์ ความเที่ยงตรง และคุณภาพของสื่อและสารสนเทศ รวมทั้งการตั้งคำถามถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม อำนาจทางการเมือง ความเป็นเจ้าของ ภาวะเบียด และเทคโนโลยีที่กำหนดรูปแบบของเนื้อหา ซึ่งบุคคลต้องมีทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ ทักษะการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ รวมทั้งมีความสามารถในการแยกแยะและกลั่นกรองข้อมูล สารสนเทศ โดยสามารถตีความ และแปลความหมายของสารสนเทศที่สื่อต้องการนำเสนอ เพื่อตัดสินใจได้ว่าควรเชื่อหรือไม่ควรเชื่อ เลือกรับหรือปฏิเสธที่จะรับข้อมูล ข่าวสาร โดยเฉพาะกรณีข่าวลือ หรือข่าวที่ตั้งใจบิดเบือนข้อเท็จจริง ผลของการประเมินข้อมูล ข่าวสารจะทำให้ได้รับข้อมูล ข่าวสารที่มีคุณค่า และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันทีในด้านใดด้านหนึ่ง คุณค่าที่เกิดขึ้นอาจเป็นคุณค่าทางจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือทางศีลธรรมจรรยา สังคม และวัฒนธรรม

3. การใช้และการสร้างสื่อ หมายถึง ทักษะการใช้และการสร้างสื่อที่ต้องใช้และสร้างอย่างสร้างสรรค์ และมีจรรยาบรรณ ตระหนักถึงร่องรอยทางดิจิทัล รวมทั้งความเป็นส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัย และการรับรู้ถึงผู้ใช้ที่มองไม่เห็น การสร้างสื่อต้องมีทักษะการผลิตสื่อ ทักษะการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ทักษะการสร้างความรู้ร่วมกัน และการติดตามข่าวสารและการทำงานขององค์กรสื่อและบริษัทที่ทำหน้าที่ผลิตเทคโนโลยีสารสนเทศ บุคคลจำเป็นต้องเปลี่ยนบทบาทของตนเองจากผู้รับสื่อมาเป็นผู้ผลิตสื่อบ้างในบางครั้งที่จะต้องวางแผน เรียบเรียงเนื้อหา ค้นคว้า และสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาใช้ให้เหมาะสมกับรูปแบบของสื่อแต่ละประเภท ทำให้สามารถสื่อสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ทักษะการใช้และการสร้างสื่อเป็นทักษะสร้างสรรค์ที่แสดงออกถึงการออกแบบเพื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศ องค์กรความรู้ และความคิดเห็นผ่าน

สื่อที่เลือกมาอย่างเหมาะสม และหลากหลายรูปแบบอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมาบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรม รวมถึงการแสดงความเห็นและเสนอแนะความคิดของตนเองอย่างสร้างสรรค์ในการวิพากษ์วิจารณ์ต่อสารสนเทศ ค่านิยม ความเชื่อ ความคิดเห็น ข้อเท็จจริง การโน้มน้าวใจ การโฆษณาชวนเชื่อ และข้อเสนอเกินจริงที่น่าเสนอ หรือแฝงมากับสื่อที่ตนเองเป็นผู้รับสื่อ

สิ่งที่ผู้รับสื่อและผู้ผลิตสื่อต้องรู้เพื่อเท่าทันสื่อ

จากกระบวนการรู้เท่าทันสื่อ ทำให้เห็นถึงบทบาทของผู้ใช้สื่อว่าไม่ได้มีเพียงผู้รับสื่อเท่านั้นที่ต้องรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากสื่อได้อย่างเต็มที่ หากรวมไปถึงผู้ผลิตสื่อด้วยเช่นกันที่ต้องรู้เท่าทันสื่อ เพื่อผลิตสื่อที่ดีมีคุณภาพออกมา ในฐานะผู้รับสื่อและผู้ผลิตสื่อสิ่งที่ต้องรู้เพื่อเท่าทันสื่อสำหรับบุคคลทั่วไป มีดังนี้

1. ในฐานะผู้รับสื่อต้องพิจารณาเพื่อรู้เท่าทัน มีประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 ที่ผู้รับสื่อต้องพิจารณา คือ สื่อมีที่มาอย่างไร มีใครเป็นเจ้าของ ความเป็นเจ้าของเป็นสิ่งที่สามารถบอกแก่ผู้รับสื่อได้ว่า สื่อดังกล่าวถูกผลิตขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์ใด อาทิ เพื่อบอกเล่าเรื่องราว เพื่อให้ข่าวสาร เพื่อแสดงความคิดเห็น เพื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความรู้ เพื่อให้ความบันเทิง เป็นต้น และมีการใช้อำนาจของการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เพื่อสร้างกระแสในทิศทางใด เพื่อหวังผลประโยชน์ในเรื่องใดจากสังคม ทั้งนี้ พื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างให้ทุกคนสามารถเข้าร่วมสนทนา แสดงความคิดเห็น วิพากษ์ วิจารณ์ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับรู้ โดยไม่รู้ตัวว่าจะตกเป็นเหยื่อของผู้ผลิตสื่อเมื่อไหร่ หากไม่รู้เท่าทัน

ประเด็นที่ 2 ที่ผู้รับสื่อต้องพิจารณา คือ ความน่าเชื่อถือของสื่อ โดยส่วนใหญ่มักพิจารณาจากเนื้อหาของสื่อ และสถานะของผู้ผลิตสื่อ รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสื่อ เช่น เจ้าของสื่อ ผู้เขียนหรือผู้เรียบเรียงเนื้อหา แหล่งที่มาของเนื้อหาภายในสื่อ โดยพิจารณาภาพรวมว่ามีความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับในศาสตร์นั้น ๆ หรือเป็นที่ยอมรับในสังคมหรือไม่ รวมทั้งการพิจารณาถึงโดเมนในการจดทะเบียนของสื่อ แต่บางครั้งความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต หรือผู้เขียน หรือผู้เรียบเรียงอาจผิดพลาดได้ ทั้งนี้เนื่องจากความลำเอียงของผู้รับสื่อเอง กล่าวคือผู้รับสื่อเลือกที่จะเชื่อและรับรู้ข้อมูล ข่าวสารที่ผลิตจากผู้ผลิต หรือผู้เขียน หรือผู้เรียบเรียงรายใดรายหนึ่งเท่านั้น ซึ่งส่งผลให้ได้รับข้อมูล ข่าวสารไม่ครบถ้วน และก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้

ประเด็นที่ 3 ที่ผู้รับสื่อต้องพิจารณา คือ สื่อต้องการสื่อสารอะไรกับผู้รับสื่อ ในฐานะผู้รับสื่อต้องทราบถึงวัตถุประสงค์หลักของการนำเสนอ และเรื่องราวที่สื่อต้องการบอกแก่ผู้รับสื่อ หากสามารถรับรู้ได้ ผู้รับสื่อจะเข้าใจบริบททั้งหมดที่สื่อต้องการนำเสนอ เช่น สื่อต้องการบอกเล่าเรื่อง และประสบการณ์ของตนเองที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าผ่านสื่อ Facebook โดยได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาไว้ เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ และเตือนผู้อื่นที่สนใจจะใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์ หรือมีวัตถุประสงค์แบ่งปันผลงานเพลงที่ตนเองได้แต่งและร้องเองผ่านสื่อ YouTube ให้แก่ผู้อื่นได้ฟัง เพื่อผ่อนคลายและเกิดแรงบันดาลใจแก่ผู้ที่ชอบและสนใจเรื่องเดียวกัน

ประเด็นที่ 4 ที่ผู้รับสื่อต้องพิจารณา คือ สื่อมีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อ และสะท้อนค่านิยมอะไรต่อสังคม ทั้งนี้เนื่องจากการนำเสนอของสื่อที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อ และค่านิยมในสังคมให้คล้อยตามความคิดของผู้ผลิตสื่อ จนสามารถสะท้อนให้เกิดค่านิยมใหม่ จะมีการผลิตเรื่องราวขึ้น ๆ ขำ หรือผลิตเนื้อหาบางส่วนขำ หรือบิดเบือนเนื้อหาบางส่วน หรือผลิตให้สอดคล้องกับความเชื่อของคนในสังคมปัจจุบัน ดังนั้นในฐานะผู้รับสื่อจำเป็นต้องวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินการนำเสนอของสื่อให้ได้ว่าข้อมูล ข่าวสารส่วนใดเป็นข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาและความน่าเชื่อถือได้ หรือความคิดเห็นที่มีอคติหรือไม่อคติได้

2. ในฐานะผู้ผลิตสื่อต้องตระหนักรู้ มีประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 ที่ผู้ผลิตสื่อต้องตระหนักรู้ คือ เจตนาในการสื่อสาร เป็นความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ให้สังคมรับทราบ โดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการสื่อสาร โดยผู้ผลิตต้องแสดงเจตนาให้ชัดเจน และต้องตระหนักรู้ถึงคุณธรรม จริยธรรมในการสื่อสารไม่แอบแฝงนัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาจากการนำเสนอ เช่น การนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการดูแลตัวเองในภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เพื่อให้ทุกคนเห็นความสำคัญของการดูแลตนเอง และใส่ใจจนรอบข้าง ในระหว่างที่นำเสนอข้อมูลดังกล่าว ผู้ผลิตมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบางอย่างของบริษัทหนึ่ง แม้จะไม่ได้กล่าวออกมา แต่เห็นชัดเจนว่ามีเจตนาแอบแฝง ซึ่งในฐานะผู้ผลิตสื่อต้องไม่ทำเช่นนั้น เนื่องจากจะก่อให้เกิดกระแสดราม่าทำให้เข้าใจผิด และเกิดความสับสนแก่ผู้รับสื่อ

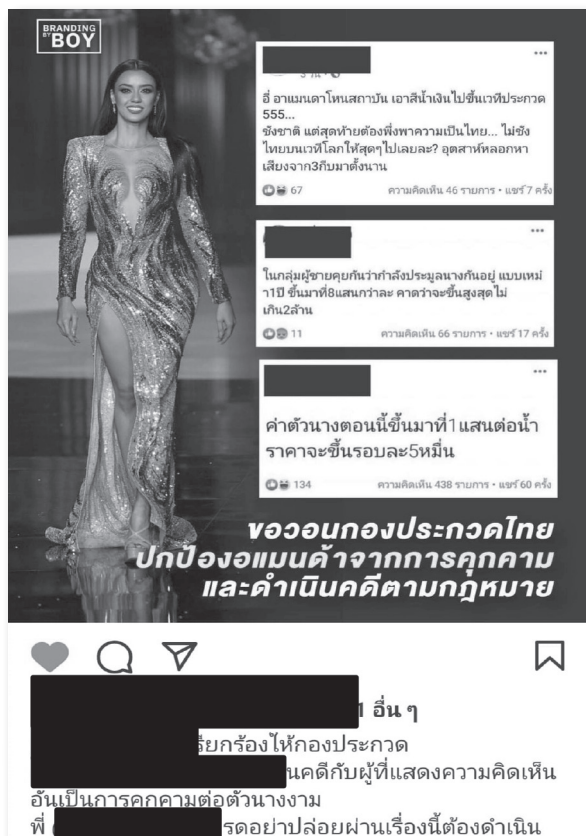
ประเด็นที่ 2 ที่ผู้ผลิตสื่อต้องตระหนักรู้ คือ สื่อที่กำลังผลิต ผลิตซ้ำกับค่านิยมบางอย่างอยู่หรือไม่ มีใครได้รับผลจากการกระทำของเราหรือไม่ เป็นประเด็นความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมที่ผู้ผลิตต้องมีต่อสังคม โดยตระหนักถึงบทบาทของสื่อที่มีต่อการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ความคิดเห็นที่หลากหลาย ทั้งนี้ พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะที่ผู้ใช้ไม่เพียงแต่เข้าไปอ่าน ไปฟัง ไปดูเพียงอย่างเดียว แต่ผู้ใช้สามารถทำให้ตัวเองเป็นผู้ตัดสินความถูกผิดบนพื้นฐานความคิดของตนเองด้วยข้อคิดเห็น คำวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งจะสะท้อนถึงค่านิยมบางอย่างที่จะเกิดขึ้นได้ให้สังคม

ประเด็นที่ 3 ที่ผู้ผลิตสื่อต้องตระหนักรู้ คือ สื่อที่เราผลิตกำลังละเมิดสิทธิของผู้อื่นหรือไม่ เป็นประเด็นความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของผู้ผลิตที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบและสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น เช่น การโพสต์ข้อความ หรือภาพลง Facebook ต้องทำอย่างรอบคอบ และมีความยับยั้งชั่งใจ ทั้งในเรื่องการใช้ภาษาที่สุภาพ ใช้ภาพที่ไม่ล่อแหลม ไม่ใช่พื้นที่ที่เป็นพื้นที่ระบายอารมณ์ของตนเอง ไม่เข้าตำหนิติเตียนผู้อื่นอย่างสนุกมือ หรือการโพสต์ข้อความที่ไร้สาระ ไม่มีประโยชน์ ในฐานะผู้ผลิตสื่อการกระทำดังกล่าวจะส่งผลกระทบด้านลบต่อตนเอง และผู้ใช้สื่อ ทั้งนี้การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถเผยแพร่สู่สาธารณะได้อย่างรวดเร็ว

กรณีตัวอย่างการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบน Facebook โดยการแสดงความคิดเห็นคุกคามทางเพศ การละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อนางสาวแมนด้า ชาร์ลีน ออบดัม ภายใต้ Facebook ของผู้อื่นในฐานะผู้ผลิตสื่อซ้ำ เมื่อพิจารณาเจตนาของผู้ผลิตสื่อที่เป็นเจ้าของ Facebook พบว่าเจ้าของ Facebook มีเจตนาที่ดี เพื่อแสดงความคิดเห็นกับการประกวดนางงามจักรวาล และปกป้องชื่อเสียง ในฐานะของผู้รับสื่อสามารถรับรู้ถึงเจตนาดังกล่าว และสามารถมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นได้ เมื่อผู้รับสื่อแสดงความคิดเห็นจะกลายเป็นการผลิตสื่อขึ้นมาใหม่ทันที จากการแสดงความคิดเห็นจะทำให้เห็นเจตนาในการผลิตสื่อใหม่ว่าการสื่อสารอะไรกับสังคม จากกรณีตัวอย่างจะเห็นได้ว่าเป็นการแสดงเจตนา เพื่อสร้างความเกลียดชัง และความขัดแย้งในสังคม ดังนั้นในฐานะผู้รับสื่อต้องพิจารณาให้ได้ว่าสื่อต้องการอะไรจากเราบ้าง และในฐานะผู้ผลิตสื่อซ้ำต้องตระหนักรู้ถึงเจตนาการสื่อสาร และการสื่อสารนั้นต้องไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่นหรือไม่ หากผู้รับสื่อต้องการแสดงความคิดเห็นใด ๆ ก็ตามบนพื้นที่ของผู้อื่นต้องพิจารณาให้ได้ว่าข้อความที่ใช้มีผลกระทบต่อสิทธิ

ของบุคคลอื่นหรือไม่ หรือหากต้องการแชร์ข้อมูลของผู้อื่นต้องพิจารณาให้ดีว่า การแชร์ข้อมูลนั้นจะสร้างกระแสในทิศทางใดในสังคมบ้าง หากขาดการวิเคราะห์ และการไตร่ตรองที่ดี เราจะตกเป็นเหยื่อ และมีโทษอาญาทางกฎหมายในฐานความ ผิดหมิ่นประมาท และความผิดตามพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ในฐานการแสดงความ คิดเห็น และการแชร์ข้อมูลที่มีผลกระทบต่อบุคคลที่ 3

ตัวอย่าง การแสดงความคิดเห็นที่แสดงถึงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล



ภาพที่ 3 การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ที่มา: <https://www.facebook.com/photo?fbid=10161234395034488&set>

จะเห็นได้ว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบันที่มีการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์รวมทั้งวิดีโอไวรัส โฆษณาในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งถูกส่งต่อและแพร่กระจายได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ด้านผู้รับสื่อเองก็สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็วเช่นกัน ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อเป็นการใช้สื่ออย่างรู้ตัวและตื่นตัว สามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะและกลั่นกรองสารสนเทศจากสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้ รวมทั้งสามารถโต้ตอบได้อย่างอิสระ และมีสติ จากการสืบค้นข้อมูลและการเข้าถึงที่หลากหลายและมีคุณภาพ

กรณีตัวอย่างชาวปลอมที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ และมีการแชร์ส่งต่อกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งการแชร์ข้อมูลดังกล่าวส่งผลกระทบต่อด้านลบเป็นวงกว้างในสังคม ก่อให้เกิดความกลัวและความสับสน จนกลายเป็นข้อขัดแย้งอย่างรุนแรงในประเด็นเรื่อง มีผู้เสียชีวิตจากการฉีดวัคซีนโควิด-19 เกือบ 100 คน แต่รัฐบาลสั่งปิดข่าวดังกล่าวที่ 3 ซึ่งถูกเผยแพร่อย่างแพร่หลายในระยะเวลาที่รวดเร็ว ในฐานะผู้รับสื่อหากพิจารณาเนื้อหาให้ดี จะพบว่าข่าวที่ปรากฏขาดรายละเอียด ความชัดเจนของเนื้อหา และที่มาของข้อมูล โดยผู้รับสื่อสามารถตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ เพื่อความมั่นใจ ในฐานะของผู้ผลิตสื่อก่อนที่จะแชร์ข้อมูลดังกล่าว ต้องมีสติ คิดไตร่ตรองให้รอบคอบตรวจสอบข้อเท็จจริงที่ได้รับก่อนว่าจริง หรือเท็จ และข่าวที่ได้รับมาจากสื่อมีเจตนาการนำเสนอข้อมูลเพื่ออะไร และมีผลกระทบอย่างไรต่อสังคม ซึ่งจากกรณีดังกล่าว ทางกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้ตรวจสอบ และได้รับการยืนยันจากคุณหมอและผู้เชี่ยวชาญว่า ปัจจุบันยังไม่มีรายงานผู้เสียชีวิตจากวัคซีนโควิด-19 อีกทั้งข้อมูลที่น่ามากล่าวอ้าง ทางหน่วยงานยังไม่เคยได้รับการรายงานแต่อย่างใด จากหลายกรณีผู้เสียชีวิตหลังจากฉีดวัคซีนโควิด-19 ส่วนมากจะมีโรคประจำตัวอยู่เดิม การฉีดวัคซีนเป็นเพียงเหตุการณ์ร่วม โดยข้อมูลจากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ณ วันที่ 13 พฤษภาคม 2564 พบว่า 89.19% ของผู้ฉีดไม่มีรายงานผลข้างเคียงหลังฉีดวัคซีน มีเพียง 10.81% ของผู้ฉีดที่เกิดผลข้างเคียง หากผู้รับสื่อได้รับข้อมูลที่เป็นจริงจะช่วยให้เข้าใจถึงผลที่จะเกิดจากการฉีดวัคซีนโควิด-19 และสามารถใช้อ้างอิงข้อมูลดังกล่าวตัดสินใจได้ว่าควรรับการฉีดวัคซีนหรือไม่

การรู้เท่าทันสื่อจะสร้างความตระหนักรู้ให้แก่สังคม และสามารถรับมือกับอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ได้ โดยใช้ทักษะความสามารถในการประมวล

ความคิดเชิงวิพากษ์ วิจารณ์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญเมื่อต้องใช้สื่อภายใต้ความรับผิดชอบในการใช้สื่อ และความสามารถในการวิเคราะห์ ประเมิน สร้างสรรค์ และมีส่วนร่วมในเนื้อหาของสื่อได้อย่างถูกต้อง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะที่ต้องรู้และนำไปใช้ในยุคสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้มีอิสระในการเข้าถึงสื่อและใช้สื่อ และไม่ถูกชี้นำโดยสื่อ รวมทั้งสามารถจัดการกับข้อมูล ข่าวสารจำนวนมากบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 4 ข่าวปลอม

ที่มา: <https://www.antifakenewscenter.com/%e0%b8%82%e0%>

บทสรุป

การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เป็นการพัฒนาเพื่อให้บุคคลมีความรู้ความเข้าใจ มีภูมิคุ้มกันรู้เท่าทันสื่อ และการใช้สื่ออย่างถูกต้อง ปลอดภัย สร้างสรรค์ และสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างอิสระภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสื่อ ซึ่งสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของสังคม บุคคลสามารถพัฒนาตนเองให้รู้เท่าทันสื่อด้วยการฝึกฝน และลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยการเริ่มได้ด้วยตนเองจากกระบวนการคิดเชิงวิพากษ์วิจารณ์ว่าเราคิดอย่างไร เรารู้สึกอย่างไร เรากำลังพูดอะไรถึงใครบ้าง จากนั้นย้อนกลับมามองดูสังคมว่า คนในสังคมมีการสื่อสารกันอย่างไร มีความ

ต้องการสื่อสารเรื่องอะไร เนื่องจากสังคม การสื่อสาร และวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับสื่อ ซึ่งจะนำมาสู่แนวทางการรู้เท่าทันสื่อ โดยมีความรู้เกี่ยวกับแต่ละประเภท เพื่อสามารถเข้าถึงและการใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การคิดวิเคราะห์และการวิพากษ์สื่อ โดยตระหนักถึงการใช้อย่างอิสระและมีเสรีภาพ การสร้างและการใช้สื่อโดยมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในการรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งความสามารถและศักยภาพในการรับรู้ แรงจูงใจเชิงสร้างสรรค์ และความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้คุณธรรมและจริยธรรม

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). *ทักษะแห่งศตวรรษใหม่ : ทักษะและความรู้ดิจิทัล* [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2564, จาก: <https://thaidigizen.com/digital-citizenship/ch2-digital-literacies/>
- ธีรพัฒน์ วงษ์คุ้มสิน. (2562). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดทางอารมณ์ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 45(2), 127-161.
- ปวีณา มะแซ. (2561). *การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตอบสนองข้อสอบแบบพหุวิภาค*. ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและประเมินผลการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. (2554). สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2564, จาก: <https://dictionary.orst.go.th/>.
- พิชิต วิจิตรบุญรัตน์. (2554). *สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต* [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2564, จาก: https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw016.pdf.
- ลี, อลิซ วาย แอล. (2558). การทำความเข้าใจเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (MIL). รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาว่าด้วยการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในยุคดิจิทัล. เมื่อ 26-27 พฤศจิกายน 2558 ณ โรงแรมเซ็นจูรี พาร์ค กรุงเทพฯ, 20-27.

- วรารพร ดำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 7(2), 143-159.
- WeAreSocial. (2563). สถิติดิจิทัลของประเทศ จาก *Digital Thailand ประจำปี 2563* [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2564, จาก: <https://blog.ourgreenfish.com/%E0%B8%AA%E0%B8%81%E0%B8%A3>
- แววตา เตชาทวิวรรณ. (2559). *การรู้สารสนเทศสำหรับการเรียบเรียง โครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน. (2560). *กรอบแนวคิด พลเมือง ประชาธิปไตยเท่าทัน สื่อสารสนเทศและดิจิทัล* [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564, จาก: <https://www.healthymediahub.com/media/detail/%E0%B8%81%E0%B8%A3>
- ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม ประเทศไทย. (2564). *ข่าวปลอมอย่าแชร์ ผู้เสียชีวิตจากการฉีดวัคซีนโควิด-19 เกือบ 100 คน แต่รัฐบาลสั่งปิดข่าว* [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564, จาก: <https://www.antifakenewscenter.com/%e0%b8%82%e0%81%E0%B8%A3>