

การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษา นักศึกษาจีน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Media Literacy: Advantages and Applications

A Case Study of Chinese Student of Nakhon Pathom Rajabhat University

เยาวภา บัวเวช¹ และทิวพร ทราบเมืองปัก²

(Yaowapa Buawech and Tivaporn Sarbmuangpak)

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน และ 2) ศึกษาการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน ประชากร คือ นักศึกษาจีน จากวิทยาลัยเทคโนโลยีการอาชีพหนานหนิง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 19 คน หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร รายวิชาการเขียนภาษาไทย ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ปีการศึกษา 2561 โดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 1 ชุด ที่สร้างและพัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวมและรายข้อ ($\mu = 4.50$, $\sigma = 0.66$) และ 2) การนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวมและรายข้อ ($\mu = 4.35$, $\sigma = 0.76$)

คำสำคัญ : การรู้เท่าทันสื่อ ประโยชน์และการนำไปใช้

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

Assistant Professor Dr. Lecturer Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

Lecturer Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

Corresponding Author: yaowapa_1964@hotmail.com

ABSTRACT

This research aimed 1) to investigate the advantages of Chinese students' media literacy and 2) to examine how Chinese students apply media literacy. The respondents were nineteen Chinese students from Nanning College for Vocational Technology, China. They were studying in the Thai writing subject of the Thai language for communication course at Nakhon Pathom Rajabhat University in the academic year 2018. The research was conducted by non-probability sampling and the respondents were selected by purposive sampling. Before a set of survey used as a research instrument, it had been developed based on the conceptual framework to collect data from the research samples and follow the purposes of the study. The program was used to calculate the statistics and the descriptive statistics including frequency, percentage, means and standard deviation were used to analyze the data.

The findings were that 1) the means of the advantages of Chinese students' media literacy was high in both overall and individual items ($\mu = 4.50$, $\sigma = 0.66$) and 2) the means of the applications on Chinese students' media literacy was high in both overall and individual items. ($\mu = 4.35$, $\sigma = 0.76$)

Keywords: Media Literacy, Advantages and Applications

Article history:

Received 24 April 2019

Revised 10 June 2019

Accepted 12 June 2019

SIMILARITY INDEX = 1.22 %

1. บทนำ

การรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) เป็นคำศัพท์ทางวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้นในประเทศแคนาดา และใช้แพร่หลายในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งบางประเทศในยุโรปและญี่ปุ่นจะใช้คำเดียวกับประเทศอังกฤษคือ Media Studies ส่วน Media Education จะใช้ในอังกฤษและฝรั่งเศส ในขณะที่ Media Literacy จะใช้ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะขอใช้คำว่า Media Literacy ตามประเทศสหรัฐอเมริกา โดยถือว่าเป็นคำศัพท์ที่มีการนำไปใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ได้ถูกระบุไว้ในยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชนขององค์การยูเนสโก (UNESCO) อยู่ในกรอบแนวคิดของ “การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออกและการเสริมสร้างสมรรถนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน” โดยมีหลักการหนึ่งระบุว่า “การยกระดับความรู้ทันสื่อให้สูงขึ้น” ส่งผลให้ประเทศสมาชิกนานาชาติของยูเนสโกได้ขานรับหลักการนี้และนำไปขับเคลื่อนประเทศของตน (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552: 9) นอกจากนี้ บุปผา เมฆศรีทองคำ และดนุลดา จามจรี (2554: 117-123) อธิบายว่า ในปี ค.ศ. 1982 องค์การยูเนสโก ได้ให้ความสำคัญต่อการศึกษารู้เท่าทันสื่อ โดยกำหนดไว้ในปฏิญญา Grunwald (Grunwald Declaration) ว่า “เราต้องเตรียมเยาวชนสำหรับการอยู่ในโลกของอิทธิพลจากภาพ คำและเสียง” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการศึกษารู้เท่าทันสื่อของประชาชน...และในการประชุม ณ กรุงปารีสในปี ค.ศ. 2007 องค์การยูเนสโกได้มีการปรับปรุงเนื้อหาจากปฏิญญา Grunwald เป็น “The Paris Agenda” ซึ่งประกอบด้วย 12 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารู้เท่าทันสื่อเพื่อส่งเสริมการนำไปใช้ในทางปฏิบัติ การศึกษารู้เท่าทันสื่อจึงถูกจัดวางให้อยู่ในกรอบแนวคิดของการเรียนรู้ตลอดชีวิตในทุกระดับวัยและครอบคลุมทุกสื่อ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนภายในองค์กรระหว่างประเทศให้มีความชัดเจนขึ้น ทุกประเทศเพิ่มความตระหนักและผลักดันให้ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางกฎหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในระบบการศึกษา รวมถึงนักเคลื่อนไหวในสังคม ทักษะพื้นฐานและระบบการประเมินควรได้รับการพัฒนาไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาและวิธีการสอนที่เหมาะสม และควรจะบูรณาการเข้าไปในหลักสูตรฝึกอบรมครู ซึ่งในปี ค.ศ. 2008 ยูเนสโก ได้จัดพิมพ์ข้อเสนอแนะสำหรับการฝึกอบรมครูเกี่ยวกับการศึกษารู้เท่าทันสื่อที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมได้ทั่วโลก (เยวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช, 2558: 1 – 2)

ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและแพร่กระจายผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อกระแสหลักอย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อทางเลือกอย่างอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้ผู้บริโภคสื่อเกิดเสรีภาพในการเสพข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระ อีกทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้รูปแบบของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ผู้รับสารมีสถานะเป็นได้ทั้งผู้บริโภคสื่อและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน สถานะของการสื่อสารจึงไร้การควบคุม ทั้งขอบเขตและเนื้อหา และนำไปสู่ประเด็นที่ว่า เมื่ออยู่ในฐานะของผู้รับและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกันจะมีวิธีการใช้สื่ออย่างไรให้เกิดประโยชน์โดยไม่ตกเป็นเหยื่อของสื่อ เพราะการใช้สื่อย่อมส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม ทศนคติ ค่านิยม โดยเฉพาะผลที่เกิดกับตัวผู้รับสื่อและสังคม โดยเฉพาะเยาวชนคือ ผู้ที่มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร การประเมินข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากเป็นวัยที่มีความ

ต้องการที่จะแสวงหาข่าวสาร ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นไปตามกลไกทางการตลาด เช่น การโฆษณา เกมโชว์ ละคร ภาพยนตร์ ศิลปิน ดาราที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ สร้างการยอมรับหรือกระแสนิยมให้กับช่องหรือสื่อของตนเอง โดยมีประโยชน์ทางธุรกิจแอบแฝง รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาเกินจริง แต่งเติม สร้างภาพหรือบิดเบือนความจริง การนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อดังกล่าวจึงเป็นการพยายามมุ่งโน้มน้าวชวนเชื่อ มอมเมาให้เยาวชนหลงเชื่อไปตามกลไกทางการตลาด เช่น การสร้างค่านิยมการบริโภคอย่างฟุ่มเฟือย การสร้างค่านิยมที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีงามของสังคม การมอมเมาให้เสพติดสื่อเป็นเวลานานจนทำให้เยาวชนขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับครอบครัวและสังคมน้อยลง ดังนั้น หากเยาวชนเสพสื่อโดยใช้แต่อารมณ์ ขาดการใช้เหตุผล การคิดวิเคราะห์และรับรู้ถึงผลกระทบที่จะตามมาภายหลัง อาจส่งผลให้เยาวชนเหล่านี้ตกเป็นเหยื่อของสื่อโดยไม่รู้ตัว เนื่องจากเบื้องหลังของสื่อคือ การสร้างอำนาจในการควบคุมความคิดและการกระทำ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจว่า เยาวชนควรจะต้องมีการเรียนรู้สื่อต่าง ๆ อย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการเสพสื่อการเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องเร่งสร้างการรับรู้ ความเข้าใจและทักษะในการบริโภคสื่อเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้เกิดขึ้น อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมความคิดอย่างมีเหตุผล

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้เขียน ในฐานะอาจารย์ผู้รับผิดชอบสอนรายวิชา การเขียนภาษาไทย ให้กับนักศึกษาจีน จากวิทยาลัยเทคโนโลยีการอาชีวศึกษาหนิง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 19 คน แยกเป็น ชาย 4 คน และ หญิง 15 คน หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ และการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีนว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับใด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อการสอนสำหรับนักศึกษาจีนรุ่นต่อไป รวมทั้งนักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในอนาคต เพื่อให้นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน
2. เพื่อศึกษาการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

2.1. แนวคิดหลักในการรู้เท่าทันสื่อ

อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล (2549: 4-6) กล่าวว่า องค์กรที่ทำงานเรื่องการรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่อง Center for Media Literacy ได้ทำการรวบรวมแนวคิดหลักการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวบรวมความคิดจากประเทศออสเตรเลียและอังกฤษ นับแต่ปี 1987 เป็นต้นมา แนวคิดหลักนี้มีที่มาจากทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างครูผู้สอน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวางในประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย แคนาดา และสหรัฐอเมริกา มีแนวคิดหลักในการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

1. สื่อทั้งหลายล้วนแต่เป็นการประกอบสร้าง (all media are construction) ถือเป็นแนวคิดที่สำคัญที่สุด สื่อไม่ได้สะท้อนภาพความเป็นจริงภายนอกอย่างตรงไปตรงมา สื่อเป็นผลของการประกอบสร้างจากเทคนิคพิเศษ มุมกล้อง สี เสียง เป็นต้น การรู้เท่าทันสื่อคือการรื้อถอนการประกอบสร้าง (deconstructing) เหล่านี้ออกมา เช่น การแยกเทคนิควิธีออกมาจากเนื้อหา

2. สื่อสร้างภาพความเป็นจริง (the media construct reality) ข้อมูลที่เรารับรู้ต่อสิ่งต่างๆ ผ่านสื่อ นั้นเป็นสิ่งที่ถูกตีความ ถูกสร้างขึ้น และสรุปโดยสื่อ แต่ถูกสื่อสารไปยังผู้รับสารราวกับเป็นความจริงที่เกิดขึ้น

3. ผู้รับสารสามารถต่อรองความหมายของสื่อ (audiences negotiate meaning in media) ผู้รับสารสามารถที่จะต่อรองความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกประกอบสร้างจากสื่อ ทั้งนี้กระบวนการต่อรองดังกล่าว จะเป็นเป็นเช่นไร ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนตัวของผู้รับสาร เช่น เชื้อชาติ เพศ ภูมิหลังทางครอบครัว วัฒนธรรม จุดยืนทางศีลธรรม ความพึงพอใจ ปัญหาที่เผชิญในแต่ละวัน

4. สารมีนัยของธุรกิจการค้าแอบแฝงอยู่ (media messages have commercial implications) การรู้เท่าทันสื่อมุ่งให้ผู้รับสารได้เกิดการพิจารณาว่าองค์กรสื่อเป็นองค์กรธุรกิจอย่างหนึ่งที่เป่าหมายเพื่อแสวงหากำไร และอาจส่งผลกระทบต่อเนื้อหา เทคนิค และการกระจายข่าวสาร มีเพียงบุคคลเพียงไม่กี่กลุ่มที่เป็นเจ้าของทุนธุรกิจสื่อเหล่านี้ และสามารถควบคุมสิ่งที่เราดูอ่านและได้ยินจากสื่อ

5. สารในสื่อเต็มไปด้วยอุดมการณ์และค่านิยม (media contain ideological and value messages) สื่อทุกสื่อล้วนถ่ายทอดค่านิยม วิธี การดำเนินชีวิต หรือคุณค่าบางอย่างไปสู่ผู้รับสาร เช่น การบอกเล่าชีวิตที่ดีควรเป็นอย่างไร บทบาทของผู้หญิง ค่านิยมบริโภคนิยม ค่านิยมชายเป็นใหญ่

6. สารในสื่อมีนัยทางการเมืองและสังคม (media messages contain social and political implications) สื่อมีอิทธิพลสูงมากในทางการเมืองและสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในสังคม โทรทัศน์สามารถชักจูงใจผู้คนในการเลือกตั้ง หรือลงประชามติ สามารถกระตุ้นให้ประชาชนเกิดสำนึกในเรื่องสิทธิมนุษยชน ร่วมรับรู้กระแสต่าง ๆ ของความคิดของผู้คนทั่วโลกไปในทิศทางเดียวกันตามตามแนวคิดหมู่บ้านโลก (Global Village)

7. รูปแบบและเนื้อหาของสื่อเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความหมายที่ถ่ายทอด (form and content are closely related in media messages) สื่อแต่ละประเภทมีไวยากรณ์และรหัสในการสื่อสารอันเป็นลักษณะเฉพาะของสื่อ ดังนั้นแม้ว่าจะใช้สื่อต่างชนิดกันเพื่อสื่อสารเรื่องเดียวกัน แต่ความหมายที่ออกมาก็จะแตกต่างกันไปในแต่ละสื่อ

8. สื่อแต่ละชนิดมีรูปแบบทางสุนทรียศาสตร์ที่แตกต่างกัน (each medium has a unique aesthetic form) ผู้รับสารควรมีความสามารถในการรับความพึงพอใจจากรูปแบบต่างๆ ของสื่อที่แตกต่างกัน

2.2 ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ นั้นถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับสื่อต่าง ๆ ตั้งแต่ยุคของสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก (analog) จนก้าวมาสู่ยุคทางด่วนสารสนเทศ (information superhighway) ที่สื่อต่าง ๆ สื่อสารผ่านระบบดิจิทัล (digital) ใน อันเป็น

ยุคที่สื่อต่าง ๆ ถูกหลอมรวมเข้าหากัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสารที่ทำให้ผู้คนไม่ว่าจะอยู่มุมใดของโลกสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้นั้น ในอีกแง่หนึ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ก็คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ได้เพิ่มอำนาจให้กับผู้ส่งสาร ซึ่งมักจะเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนขนาดใหญ่มีเงินทุนจำนวนมหาศาลที่มีผู้คนเพียงไม่กี่รายที่จะสามารถเข้าถึงกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสื่อ และขับเคลื่อนไปด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภายใต้สังคมทุนนิยม แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นแนวคิดที่คานงัดสร้างสมดุลแห่งอำนาจ ของระบบการสื่อสารจากที่อำนาจไปกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ส่งสารให้ถ่ายเทมาอยู่ในฝั่งผู้รับสาร ด้วยการปลูกฝังแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2551: 305 - 306) ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ อันเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจนนำไปสู่การตระหนักถึงความสำคัญของการติดตั้งกลไกการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

สภาพของยุคข้อมูลข่าวสาร ทำให้เนื้อหา ข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้ไหลบ่าเข้าหาผู้รับสารทุกวัย ผู้คนในสมัยปัจจุบันทุกคน ทุกวัย ล้วนแต่มีเครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสารอันนำสมัย อุปกรณ์ไอซีที (ICT – Information and Communication Technology) ติดไว้ข้างกายเพื่อไวติดต่อสื่อสารทำงานและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีที่น่าสมัยเหล่านี้สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายหน้าที่ สมาร์ทโฟนทำได้มากกว่าการพูดคุยกันธรรมดาด้วยเสียง แต่มีกล้องที่สามารถถ่ายภาพของคุสนทนาได้ แชท (chat) ได้ เล่นเกมได้รวมไปถึงสามารถท่องเว็บไซต์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ได้ช่วยย่อโลกทั้งใบให้เล็กลงเพียงปลายนิ้วสัมผัสจากสภาพดังกล่าว พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมากกว่า 2,557 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังไม่ได้เพียงแค่อยู่ในฐานะของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร แต่ยังก้าวขึ้นมาเป็น ผู้สร้างและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างกระแสข้อมูล ปริมาณมหาศาลที่ไหลเวียนบนทางด่วนสารสนเทศ (information superhighway)

2.3 ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ มืองค์กร นักวิชาการ นักวิชาชีพทางด้านการรู้เท่าทันสื่อได้ให้คำจำกัดความที่น่าสนใจ ดังนี้

ในการประชุม The National Leadership Conference on Media Literacy ซึ่งได้รับการสนับสนุนของสถาบันเอสเพ็น (Aspen Institute) เมื่อ ปี ค.ศ.1992 ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นการประชุมเพื่อที่จะหาแนวทางให้เข้าใจในหลักการที่ตรงกันเกี่ยวกับคำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ซึ่งผลของการประชุมครั้งนี้ ได้เห็นพ้องกันในการอธิบายการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง (access) วิเคราะห์ (analysis) และผลิต (produce) ข้อมูลข่าวสารในหลากหลายรูปแบบเพื่อผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจง (Silverbatt 1995 อ้างถึงใน สุภาณี แก้วมณี, 2547: 34) ในการประชุมครั้งนั้นได้มีการรายงานสรุปและให้รายละเอียดความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่าเป็นความสามารถในการวิเคราะห์ (analyze) การเพิ่มพูน (augment) และการมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (influence) ในการรับสื่อเพื่อเป็นพลเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสามคำที่กล่าวมานั้นมีความสัมพันธ์กับทักษะของผู้บริโภค (consumer skills) ผู้ใช้สื่อ (user skills) และผู้ผลิต (producer skills) ไว้ดังนี้ (Aufderheide, 1992)

1. การวิเคราะห์ (analyze) ทักษะในฐานะผู้บริโภคสื่อ (consumer Skills) คือผู้รู้เท่าทันสื่อที่จะสามารถรู้ถึงจุดประสงค์ของเนื้อหาสื่อและตระหนักรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่กระทบกับจุดประสงค์นั้น รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ชนชาติ และอื่น ๆ อีกทั้งยังรู้ว่าการใช้เนื้อหาอย่างไรและตระหนักรู้ถึงปัจจัยที่เชื่อมโยงกัน เช่น การนำเสนอผ่านสื่อ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวสังคม เศรษฐกิจและการเมืองและแรงจูงใจที่ซ่อนอยู่ของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อ และสุดท้ายคือ ผู้รู้เท่าทันสื่อจะสามารถตระหนักรู้ถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรมซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการอ่านเนื้อหาของสื่อ

2. การเพิ่มพูน (augment) ทักษะในฐานะผู้ใช้สื่อ (user skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถหาที่มาของแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่เหมาะสมเพื่อการศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อที่สนใจ รวมถึงความสามารถที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (influence) ทักษะในฐานะผู้สามารถผลิตสื่อ (producer skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถเปลี่ยนผลกระทบหรือความหมายของสารจากสื่อได้อย่างรอบคอบ ตัวอย่างการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผู้รู้เท่าทันสื่อจะสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมมาสนับสนุนได้ว่าข่าวใดเป็นข่าวที่รายงานให้เกิดผลกระทบเชิงลบเกินจริงหรือไม่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้เรื่องข่าวนั้น ๆ

Hobbs & Froast (1999: 2 - 3) ได้อธิบายถึง ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นการเข้าถึงสาร การวิเคราะห์สาร การประเมินสาร และการใช้สารสื่อความหมาย ซึ่งสอดคล้องกับความหมาย ที่ Wan & Cheng (2004: 2) ได้ระบุถึงความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ 4 ประการ ได้แก่

1. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (access information) คือ ทักษะในการอ่าน การหาแหล่งที่มา การเลือก และการจัดการข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต

2. การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร (analyze information) คือ การวิเคราะห์และการสำรวจว่าเนื้อหาสารถูกสร้างอย่างไร การวิเคราะห์นี้ต้องอาศัยทักษะต่าง ๆ เช่น การใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจชนิดของผลงาน การอนุมานเหตุและผล การระบุจุดประสงค์ของผู้เขียน การรู้ถึงบริบทด้านสังคม การเมือง ประวัติศาสตร์ ความงามของศิลปะของข้อมูลข่าวสาร

3. การประเมินข้อมูลข่าวสาร (evaluate information) คือ การประเมินเนื้อหาสารของสื่อโดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรม และประชาธิปไตยของตน รวมถึงทักษะอื่น ๆ เช่น การตัดสินใจที่มีประโยชน์ของสาร การใช้ความรู้ที่มีมาก่อน มาแปลความหมายผลงาน การระบุคุณค่าของสาร และการชื่นชมคุณภาพทางศิลปะของผลงาน

4. การสื่อสารข้อมูลข่าวสาร (communication) คือ การแสดงความเห็นหรือการสร้างสารของตนเอง โดยใช้เครื่องมือและสื่อต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย รวมถึงการอ่าน การเขียน การพูด การเข้าใจผู้ชมผู้ฟัง การใช้สัญลักษณ์ในการแสดงความคิดเห็นในการติดต่อสื่อสาร การจัดการความคิดต่าง ๆ และการจับความสนใจ

ของผู้ชม ผู้ฟัง ซึ่งจะใช้ทักษะ เช่น การติดต่อ การทบทวน แก้ไข และการสร้างสารกับเครื่องมือและสื่อที่มีหลากหลาย

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

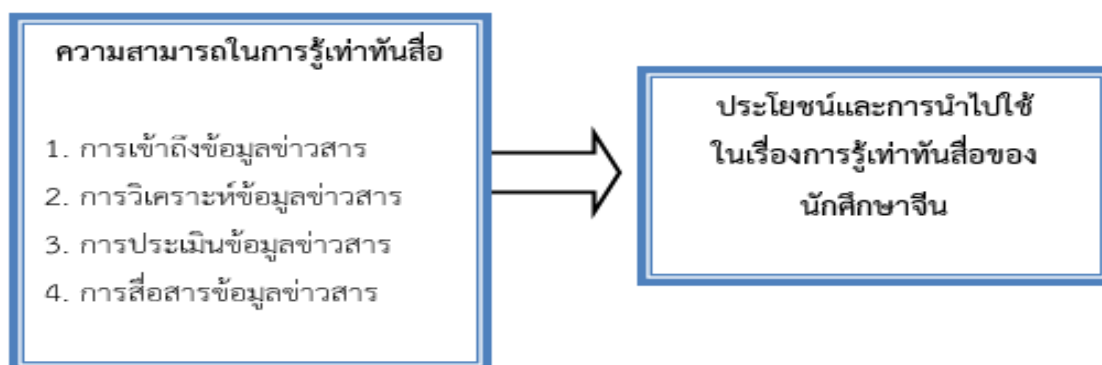
กวิศรา ทองดี (2557) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาสำหรับเด็กและเยาวชน ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าคะแนนและระดับการรู้เท่าทันสื่อส่วนใหญ่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 1 รองลงมาคือ การรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 2 และมีความต้องการเรียนรู้จากสื่อชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงในระดับมาก สำหรับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนพบว่า คะแนนสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ส่วนความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจมากที่สุด สรุปได้ว่า การพัฒนาระดับความรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชนมีคุณภาพดีมาก สามารถนำไปใช้ได้จริง

เมตตา ดีเจริญ (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.31) และความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีความรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.33)

เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.46) ส่วนการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45)

รติ ธนารักษ์ (2558) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.57) และความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีความรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.65)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร ได้แก่ นักศึกษาจีน จำนวน 19 คน จากวิทยาลัยเทคโนโลยีการอาชีพหนานหนิง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน แยกเป็น ชาย 4 คน และ หญิง 15 คน ศึกษาหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ปีการศึกษา 2561

3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (content validity) ของข้อกระทงคำถาม แล้วหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.67 – 1.00 ขึ้นไป การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.860

3.3 การใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา วิเคราะห์ด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 19 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็น ร้อยละ 78.95 และเพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่อประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน

ประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ	μ	σ	ระดับ
1. นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของจรรยาบรรณวิชาชีพที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อต้องมี	4.46	0.53	มาก
2. นักศึกษาเห็นความสำคัญของคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม ที่บุคคลพึงมี ทั้งต่อตนเอง ชุมชน และสังคม	4.45	0.53	มาก
3. นักศึกษาตระหนักว่าสื่อมีบทบาทในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และอื่น ๆ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบหรือสร้างอิทธิพลทางลบและทางบวกต่อชุมชน สังคม ประเทศชาติได้	4.48	0.54	มาก
4. นักศึกษาสามารถเลือกรับข่าวสารหรือเนื้อหาต่าง ๆ จากสื่อที่ดีที่มีคุณภาพ และเป็นประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาเองได้	4.39	0.54	มาก
5. นักศึกษาสามารถประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับสื่อและการนำเสนอของสื่อที่ได้พบเห็นเพื่อนำไปใช้ในชีวิตรประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.40	0.54	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ	μ	σ	ระดับ
6. นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อตัวนักศึกษาเองได้อย่างสร้างสรรค์	4.43	0.56	มาก
7. นักศึกษาได้เรียนรู้ว่าการมีจิตสำนึกนั้นมีความสำคัญต่อชุมชน ท้องถิ่น หรือสังคมที่นักศึกษาเป็นสมาชิกอยู่	4.41	0.57	มาก
8. นักศึกษาเคารพและยอมรับในความแตกต่างกันของบุคคล ทั้งในด้านเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว ถิ่นที่อยู่ และความแตกต่างทางวัฒนธรรมอื่น ๆ	4.44	0.54	มาก
9. นักศึกษาสามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีด้านการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสารในชีวิตประจำวันของตัวนักศึกษาเอง	4.26	0.48	มาก
10. นักศึกษาสามารถออกแบบสร้างสรรค์สื่อและเนื้อหาของสื่อได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพเพื่อประโยชน์ของตนเอง ชุมชน และสังคม	4.26	0.53	มาก
รวม	4.39	0.53	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาจีนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.39$, $\sigma = 0.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ลำดับ ได้แก่ 1) นักศึกษาตระหนักว่าสื่อมีบทบาทในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และอื่น ๆ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบหรือสร้างอิทธิพลทางลบและทางบวกต่อชุมชน สังคม ประเทศชาติ ได้ ($\mu = 4.48$, $\sigma = 0.54$) 2) นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของจรรยาบรรณวิชาชีพที่ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อต้องมี ($\mu = 4.46$, $\sigma = 0.53$) และ 3) นักศึกษาเห็นความสำคัญของคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม ที่บุคคลพึงมีทั้งต่อตนเอง ชุมชนและสังคม ($\mu = 4.45$, $\sigma = 0.53$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่อการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน

การนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ	μ	σ	ระดับ
1. นักศึกษาจะประเมินตัดสินคุณค่าทางศิลปะต่อเนื้อหาสื่อที่นักศึกษา ดู ฟัง หรืออ่าน	4.19	0.48	มาก
2. นักศึกษาจะประเมินตัดสินคุณค่าในเชิงสาระความรู้ ศิลธรรม จรรยาบรรณ วัฒนธรรม ประเพณีต่อเนื้อหาข่าวสารที่นักศึกษา ดู ฟัง หรืออ่าน ทั้งในระดับประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาและสังคม	4.41	0.57	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

การนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ	μ	σ	ระดับ
3. นักศึกษาจะประเมินว่าเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ของสื่อได้สร้างให้เกิดค่านิยม แนวคิด ภาพตัวแทนต่าง ๆ ที่สื่อสร้างขึ้น และจะปฏิเสธ ไม่ยอมรับค่านิยม แนวคิด ภาพตัวแทนที่สื่อได้สร้างความหมายขึ้นมาแล้วไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง	4.28	0.87	มาก
4. นักศึกษาจะแสวงหาเนื้อหาข่าวสารที่นักศึกษาต้องการจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และคัดเลือกข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง และจัดการได้อย่างเป็นระบบ	4.57	0.52	มากที่สุด
5. นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อได้โดยใช้เทคนิคทางด้านภาพ และเสียงในการประกอบสร้างความหมายต่าง ๆ ได้อย่างสร้างสรรค์	4.43	0.48	มาก
6. นักศึกษาจะผลิตสื่อ โดยเลือกใช้สัญลักษณ์ เทคนิคทางด้านภาพ และเสียงต่าง ๆ เพื่อสร้างความหมาย สื่ออารมณ์ และความงามทางศิลปะ	4.36	0.62	มาก
7. นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อ โดยมีการวิเคราะห์กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ และกลวิธีในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม	4.38	0.68	มาก
8. นักศึกษาจะออกแบบเนื้อหาสารผ่านองค์ประกอบภาพและเสียงให้ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และชื่นชอบผลงานของนักศึกษา	4.37	0.64	มาก
9. เมื่อนักศึกษาได้รับเนื้อหาข่าวสารผ่านสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คเกี่ยวกับดารา บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือกลุ่มคนเชื้อชาติใดในทางลบ นักศึกษาจะอธิบายได้ว่าสื่อใช้กลวิธีอะไรในการสร้างความหมายทางลบให้กับบุคคลเหล่านั้นและเห็นว่าตนเองไม่จำเป็นต้องเชื่อตามที่สื่อนำเสนอ	4.26	0.32	มาก
10. เมื่อนักศึกษาได้รับมอบหมายให้ทำรายงาน ในการแสวงหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต นักศึกษาจะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่หลากหลาย แต่จะไม่เชื่อข้อมูลที่พบในทันทีที่ต้องตรวจสอบก่อนว่าเว็บไซต์นั้นน่าเชื่อถือ ผู้เขียนเป็นใคร และสารนั้นตรงกับความต้องการของนักศึกษา	4.24	0.40	มาก
11. นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชุมชน สถานศึกษา หรือสังคมที่นักศึกษาอยู่	4.37	0.54	มาก
รวม	4.35	0.56	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษาจีนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.35, \sigma = 0.56$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อพบว่า การนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีนอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ลำดับ ได้แก่ 1) นักศึกษาจะแสวงหาเนื้อหาข่าวสารที่นักศึกษาต้องการจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และคัดเลือกข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง และจัดการได้อย่างเป็นระบบ ($\mu = 4.57, \sigma = 0.52$) 2) นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อ โดยมีการวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ และกลวิธีในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม ($\mu = 4.43, \sigma = 0.48$) และ 3) นักศึกษาจะประเมินตัดสินคุณค่าในเชิงสาระความรู้ ศีลธรรม จรรยาบรรณ วัฒนธรรม ประเพณีต่อเนื้อหาข่าวสารที่นักศึกษาดู ฟัง หรืออ่าน ทั้งในระดับประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาและสังคม ($\mu = 4.41, \sigma = 0.57$) ตามลำดับ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษา นักศึกษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม อภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. ประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ รติ ธนารักษ์ (2558) ศึกษาการเรียนรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ เมตตา ดีเจริญ (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ในระดับมาก

2. การนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ รติ ธนารักษ์ (2558) ศึกษาการเรียนรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พบว่า นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อ โดยมีการวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ และกลวิธีในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับเมตตา ดีเจริญ (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักการศึกษาควรนำความคิดเห็นจากประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน ไปพัฒนาสื่อการเรียนการสอนกับนักศึกษากลุ่มอื่นๆ ในบริบทที่เหมาะสม และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนและประชาชนในสังคม
2. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักการศึกษา ควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อกับผู้เรียน โดยเน้นไปที่การพัฒนาด้านความคิดหรือกระบวนการทางปัญญา (cognitive process)

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ระหว่างนักศึกษาในกลุ่มอาเซียนกับนักศึกษาไทย
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่เพียงพอในการที่จะเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2551). แนวทางหนึ่งของการศึกษาสื่อบุคคล กรณีศึกษาโครงการร่วมกันปั้นแตงนักสื่อสารสุขภาพ. การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการศึกษาสื่อสารชุมชน. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์.
- กวิสรา ทองดี. (2557). การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาสำหรับเด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. คณะครุศาสตรมหาบัณฑิตและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ และ ดนุตา จามจุรี. (2554). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ : วิธีทางในการสร้างพลังการรู้เท่าทันสื่อ. การรู้เท่าทันสื่อ : การก้าวทันบนโลกข่าวสาร. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 31 (1): 117 – 123.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพมหานคร : ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.
- เมตตา ดีเจริญ. (2558). รายงานการวิจัยเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ของนักศึกษาสาขานิเทศศาสตร์. คณะวิทยาการจัดการ. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- เยาวภา บัวเวช และมารีชา สุจิตวนิช. (2558). รายงานการวิจัยเรื่อง การวิจัยการรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ของนักศึกษาสาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- เยาวภา บัวเวช และมารีชา สุจิตวนิช. (2560). รายงานการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของชุดสื่อการสอนรู้เท่าทันสื่อ. คณะวิทยาการจัดการ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

- รติ ธนารักษ์. (2558). รายงานการวิจัยเรื่อง การวิจัยการรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ของ
นักศึกษานิเทศศาสตร์. คณะวิทยาการจัดการ. อดิเรก: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- สุภาณี แก้วมณี. (2547). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาใน
เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุณาโลม จันทรรุ่งมณีกุล. (2549). เปิดม่านการรู้เท่าทันสื่อ เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ : แนวคิด ทฤษฎี
และประสบการณ์การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ. นนทบุรี : โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ.
- Aufderheide. P.,(1992). Media Literacy. A Report of the National Leadership. Conference on
Media Literacy. Queentown, MD December 7-9.
- Hobbs, R., & Froast, R. (1999). Instructional Practices in Media Literacy Education and Their
Impact on Students' Learning. *New Jersey Journal of Communication*, 6 (2): 123 –
148.
- Wang, G. & Cheng, H. (2004). *The Media – Savvy: Teaching Media Literacy Skills Grade 2- 6*.
Illinois: Zephyr Press
- Silverbatt & Eliceiri, E.ME. (1997). *Dictionary of Media Literacy*. Westport, CT: Greenwood
Press.