

การพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน Developing a legal knowledge curriculum to promote public media literacy

กัญญาณ กาญจนาทวีกุล¹ ธนภัทร ปัจฉิม² สรศักดิ์ มั่นศิลป์³ และกันวิศา สุขพานิช⁴

¹มหาวิทยาลัยเนชั่น และ^{2,3,4}โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Kanyamon Kanchanathaveekul¹ Thanapat Patchim² Sorasak Munsilp³

and Kanwisa Sukphanit⁴

¹Nation University and ^{2,3,4}School of Law and Politics, Suan Dusit University

md_2517@hotmail.com

รับบทความ : 23 ธันวาคม 2567 แก้ไขบทความ : 26 ธันวาคม 2567 ตอรับบทความ : 27 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน และเพื่อประเมินผลหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน โดยดำเนินการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน บูรณาการวิธีการเชิงคุณภาพ และวิธีการเชิงปริมาณ ภายใต้แนวทางการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มี 4 ระยะ ได้แก่ ระยะการวางแผน ระยะปฏิบัติการ ระยะการพัฒนา และระยะสะท้อน โดยจากการวิจัย พบว่า การพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน มีความเหมาะสมและสอดคล้องทุกองค์ประกอบ โดยมีเนื้อหาของหลักสูตรจำนวน 4 โมดูล ได้แก่ โมดูล 1 การรู้เท่าทันสื่อ โมดูล 2 กฎหมายสิทธิของผู้บริโภคสื่อ โมดูล 3 กฎหมายและจริยธรรมสื่อ และโมดูล 4 การมีส่วนร่วมในสื่อ ทั้งนี้หลังจากการทดลองนำหลักสูตรไปจัดการอบรมให้แก่หน่วยงานภาคประชาชน จำนวน 10 แห่ง พบว่าผลการประเมินหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน มีค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนการอบรมในภาพรวมของทุกองค์กรภาคประชาชนมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าคะแนนหลังการอบรม เมื่อทดสอบค่าสถิติ t-test พบว่า มีคะแนนหลังเรียนจากการอบรมด้วยหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ : การพัฒนาหลักสูตร, การรู้เท่าทันสื่อ, กฎหมายสื่อ

¹ อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยเนชั่น วิทยาเขตเชียงใหม่

² อาจารย์ประจำ โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

³ อาจารย์ประจำ โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

⁴ อาจารย์ประจำ โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต



Abstract

This research aims to develop a legal knowledge curriculum to promote media literacy among the public and to evaluate the effectiveness of the curriculum. A mixed-method research approach was employed, integrating qualitative and quantitative methods within a participatory action research framework. The research process consisted of four phases: planning, action, development, and reflection. The findings revealed that the development of the legal knowledge curriculum to promote media literacy was appropriate and coherent in all aspects. The curriculum comprised four modules: Module 1 - Media Literacy, Module 2 - Consumer Rights and Media Laws, Module 3 - Media Laws and Ethics, and Module 4 - Public Participation in Media. After implementing the curriculum through training sessions provided to 10 community-based organizations, the evaluation results showed that the average pre-training scores across all organizations were lower than the post-training scores. A statistical t-test indicated that the post-training scores were significantly higher than the pre-training scores at the significance level of 0.05.

Keywords: Curriculum development, Media literacy, Media law

บทนำ

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2562 มาตรา 27 (1) และ มาตรา 49 กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จัดให้มีแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการระยะ 5 ปี โดยปัจจุบันเป็นแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2563 - 2568) ซึ่งได้กำหนด ยุทธศาสตร์ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ และเพื่อส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร ที่หลากหลายได้อย่างเท่าเทียม ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการที่มุ่งสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ ให้ความรู้และเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้กับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ประกอบกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและ วัฒนธรรมของคน ในสังคมได้กำหนดแนวทางการพัฒนาไว้ ได้แก่ 1) พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ โดยจัดเวลาและพื้นที่ ออกอากาศสื่อกระแสหลักให้แก่สื่อสร้างสรรค์ รวมทั้งการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตอาสา จิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝัง คุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์สร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาท สิทธิและหน้าที่การเป็นพลเมืองที่ดี ให้กับประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก 2) พัฒนาสื่อเผยแพร่ เพื่อส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติงาน



บนเสรีภาพของสื่อ ควบคู่ไปกับจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัดและมีความรับผิดชอบต่อสังคม พัฒนาเนื้อหาสาระที่เป็นข้อเท็จจริง และมีคุณภาพสูง รวมทั้งเสริมสร้างภูมิคุ้มกันความรู้ในการเลือกรับปรับใช้สื่อหรือการรู้เท่าทันสื่อ และสื่อออนไลน์แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป ตลอดจนการเฝ้าระวังการบริโภคสื่อที่เหมาะสม 3) พัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูล เพื่อเป็นช่องทางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง มีคุณภาพ และเชื่อถือได้ (สำนักงาน กสทช., 2564)

การสื่อสารของสื่อใหม่หรือสื่อ Social Media ในปัจจุบัน เช่น Facebook Instagram YouTube มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) ซึ่งผู้บริโภคไม่เพียงแต่เป็นผู้รับสารหากแต่ยังสามารถมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหา และสื่อผู้ผลิตเนื้อหาจำเป็นต้องปรับสถานะเป็นผู้รับเนื้อหาจากผู้บริโภคในอีกทางหนึ่ง ซึ่งล้วนเป็นรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างจากการสื่อสารทางเดียวในรูปแบบเดิม เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ ที่สื่อมีบทบาทในการผลิตเนื้อหาและผู้บริโภคมีสถานะเป็นผู้รับสาร แต่ปัจจุบันประเทศไทยมักพบกับปัญหาของข่าวปลอม (Fake News) เพิ่มขึ้น โดยปัญหาส่วนใหญ่อยู่ที่การขาดวิจารณญาณในการรับสื่อ หลายครั้งที่ทุกคนโดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ส่วนมากจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากกว่าผู้ใหญ่ ทำให้ตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่ประสงค์ดีได้ง่าย โดยเฉพาะการแบ่งปันข้อมูล (Share) หรือการกดเพื่อแสดงความชอบ (Like) ด้วยความรวดเร็ว ขาดการไตร่ตรอง จนเกิดความเสียหายเนื่องจากข้อมูลที่เผยแพร่บางครั้งเป็นการเผยแพร่ที่ไม่เหมาะสม ข้อมูลมีทั้งที่เป็นเท็จหรือเป็นข้อมูลที่ละเมิดสิทธิผู้อื่น รวมทั้งข้อมูลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ หลากหลายประเด็น (ชนัญชิตา สุขทัศน์ และผุสดี กลิ่นเกษรกร, 2565) สร้างความรู้ความเข้าใจให้ประชาชนทุกกลุ่ม และทุกช่วงวัย มีกระบวนการในการคิดวิเคราะห์ สามารถแยกแยะ และสามารถนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมได้อย่างสร้างสรรค์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นในปัจจุบัน โดยเฉพาะความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาเป็นเครื่องมือในการป้องกันตนเองและผู้อื่นจากการได้รับผลกระทบของ Fake news ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรที่จะต้องทำการศึกษาพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน เพื่อขยายความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น และทำให้ประชาชนสามารถใช้กฎหมายอย่างเข้มแข็งมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตามหลักนิติธรรมต่อไป

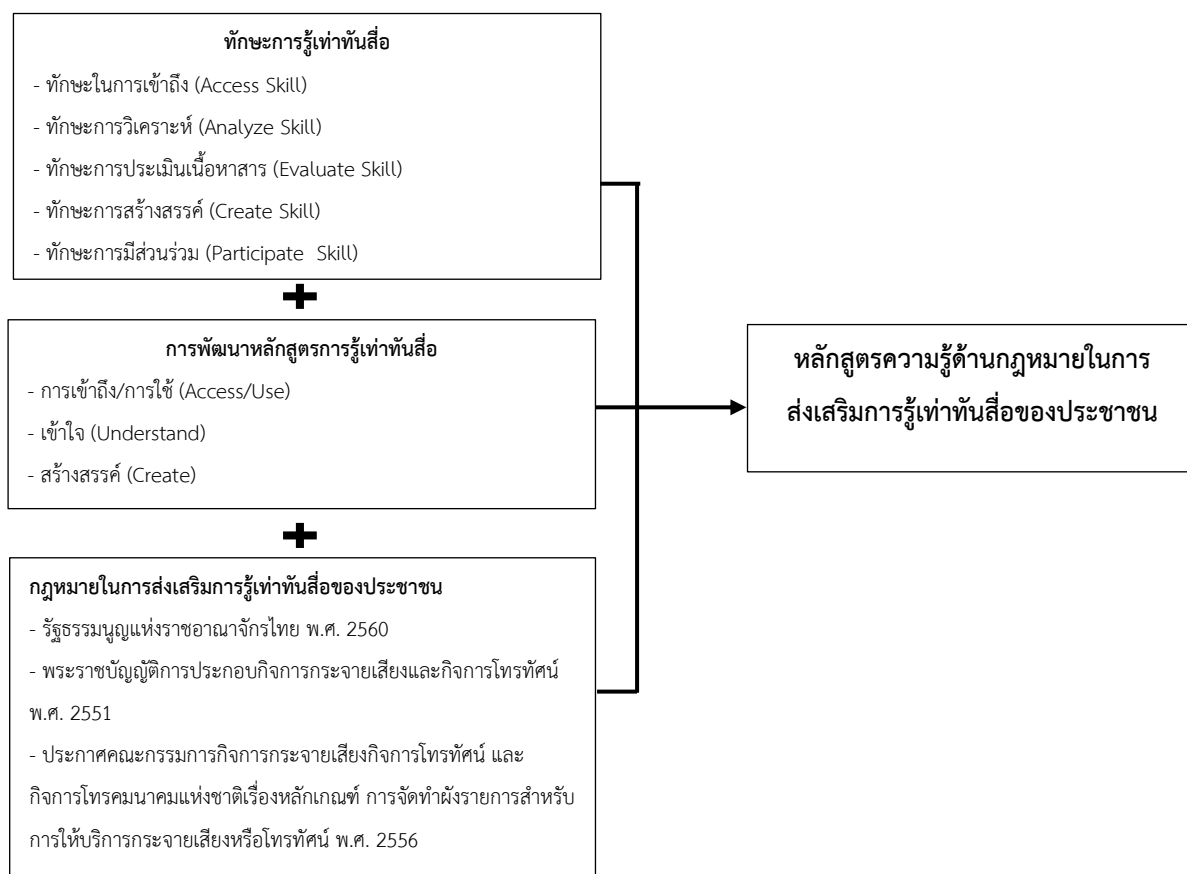
วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน
2. เพื่อประเมินผลหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ได้นำแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ ของ OFCOM (2008) การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของ Center for Media Literacy (2008) และกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน มาสังเคราะห์เพื่อออกแบบและพัฒนาหลักสูตรโดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้





ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

Silverblatt & Eliceiri (1997) นิยามการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นทักษะการคิดแบบวิพากษ์ที่ทำให้ ผู้รับสื่อ สามารถแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับผ่านสื่อมวลชน และช่วยให้เกิดการพัฒนาทักษะการวินิจฉัย เนื้อหาของสื่อ ได้อย่างเป็นอิสระ

Potter (2014) นิยามการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นมุมมองของบุคคลที่ก่อร่างขึ้นจาก 3 ส่วน ได้แก่ โครงสร้างความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ โดยบุคคล ผู้รู้เท่าทันสื่อจะใช้โครงสร้างความรู้ของตัวเองในการตีความสาร ซึ่งเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการสร้างความรู้ของผู้รู้เท่าทันสื่อคือ ทักษะ 7 ประการ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ (Analysis) การประเมิน (Evaluation) การจำแนกกลุ่ม (Grouping) การใช้เหตุผลแบบอุปนัย (Induction) การใช้เหตุผลแบบนิรนัย (Deduction) การสังเคราะห์ (Synthesis) และการสรุปสาระสำคัญ (Abstracting)

Center for Media Literacy (2008) ได้ระบุถึงทักษะการรู้เท่าทันสื่อไว้ ดังนี้

1. ทักษะในการเข้าถึง (Access Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมและมีประโยชน์ และสามารถทำความเข้าใจความหมายของเนื้อหาข่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ



2. ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถตรวจสอบการเข้าใจ ออกแบบ ทั้งรูปแบบของเนื้อหาสาระ โครงสร้างของเนื้อหาสาระ และลำดับเหตุการณ์ของเนื้อหาสารรวมถึงสามารถใช้แนวคิดต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในการทำความเข้าใจบริบทของเนื้อหาสาระที่นำเสนอ

3. ทักษะการประเมินเนื้อหาสาระ (Evaluate Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาสาระ ไปยังประสบการณ์ส่วนบุคคล และทำการตัดสินใจเกี่ยวกับความถูกต้อง คุณภาพและความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระ

4. ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเขียนความคิดของพวกเขา โดยใช้ ข้อความเสียงและ/หรือภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งสามารถใช้เทคโนโลยี การสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาของพวกเขา

5. ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมหรือ ปฏิสัมพันธ์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกับผู้อื่น

จะเห็นได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น การรู้เท่าทันสื่อเป็นกลไกที่ช่วยสร้างสมดุล ของอำนาจให้มาอยู่ที่ผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถรู้เท่าทัน ต่อรอง ต่อต้านความหมายจากสารต่าง ๆ ที่สื่อ เป็นผู้กำหนด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับประชาชนทั่วไปที่ใช้เวลาจำนวนมากอยู่กับสื่อ และภายใต้บริบทของสังคมทุนนิยมที่องค์กรสื่อจำนวนมากมีเป้าหมายที่การแสวงหากำไรสูงสุด การติดตั้งกลไกการรู้ การสร้างภูมิคุ้มกัน การรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชาชนทั่วไปจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็น และยังคงเป็นกลไกที่สร้างการเรียนรู้ให้บังเกิดขึ้นต่อไป

ข่าวปลอมหรือข่าวลวง

ข่าวปลอมหรือข่าวลวง หรือ Fake News เป็นชุดของข้อมูลที่ทำให้ขึ้นและเผยแพร่ต่อสาธารณชนผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อออนไลน์ โดยตั้งใจบิดเบือนจากข้อเท็จจริง ด้วยการเสนอข้อมูลหรือข่าวให้เข้าใจผิดในข้อเท็จจริง บิดเบือนข้อมูล (Disinformation) เสียดสีหรือล้อเลียน (Parody) หรือจงใจให้ข้อมูลที่ เป็นเท็จ ไม่ถูกต้องตรงกับความจริง (Misinformation) หรือเสนอเนื้อหาอันเป็นการโฆษณาทางการเมือง หรือชวนเชื่อ เพื่อมุ่งร้าย ใส่ความ โจมตี หรือกล่าวหา บุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร หรือมุ่งหวังผลประโยชน์จากข้อมูลที่ เป็นเท็จดังกล่าว หรือเพื่อมุ่งเป้าให้ผู้รับข้อมูลเข้าใจผิดในเนื้อหาและจงใจให้ส่งต่อเนื้อหานั้น ๆ ไปยังบุคคลอื่นต่อ ๆ ไป อันส่งผลเป็นบ่อนทำลายความสามารถของประชาชนในการแยกแยะข้อเท็จจริงจากความเป็นจริง โดยเฉพาะ เป็นการขาดบรรทัดฐานหรือกระบวนการที่จะทำให้มั่นใจในความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล (European Commission, 2018; Verbruggen, 2021; CiTS, 2022)

ในยุคเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) มีการนำเสนอ Fake news และเผยแพร่กระจายต่อไป ในวงกว้างได้มากขึ้น โดยเฉพาะการดำเนินการผ่านบรรดาแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) เช่น Facebook, YouTube, Twitter, TikTok หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางออนไลน์ ซึ่งเปิดโอกาสให้มีการสร้าง เนื้อหาและเผยแพร่แชร์ต่อกันได้อย่างไม่จำกัดและอย่างรวดเร็ว ทำให้ปัญหาของ Fake News มีมากขึ้น ซึ่งความ พยายามของประเทศไทยและนานาชาติในการป้องกันและปราบปราม Fake News มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ปัญหา ของผลกระทบจาก Fake News ยังคงมีปรากฏอยู่ ซึ่งส่วนหนึ่งของการทำให้ Fake News แพร่กระจายได้โดยง่าย และรวดเร็ว ก็คือการส่งและเผยแพร่ผ่านทางออนไลน์ ซึ่งทำให้ยากลำบากในการกำกับดูแล และต้องอาศัยปัจจัย แวดล้อมต่าง ๆ มาเป็นตัวช่วย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการออกและบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient Law Enforcement) การใช้มาตรการปิดกั้นและกลั่นกรองเนื้อหา (Blocking and Filtering Measure) การสร้าง



ความร่วมมือจากสังคมให้สอดส่องและร้องเรียน (Anti-Fake News Cooperation) การสร้างมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ของผู้ผลิตและเผยแพร่เนื้อหา รวมทั้งบรรทัดฐานสังคม (Social Norms) และประการสุดท้าย คือ การสร้างเสริมความสามารถ (Empowerment) ให้สังคมทุกกลุ่ม ทุกวัย รู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ได้อย่างแท้จริง (สุมาลี วงษ์วิจิต, 2565)

แนวคิดการพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ

การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการให้ข้อมูล สะท้อนและการมีส่วนร่วมในฐานะพลเมือง ซึ่งมีความจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย โดย OFCOM (2008) ได้สรุปแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การเข้าถึง/การใช้ (Access/Use) คือ หลักสูตรต้องออกแบบให้ผู้เรียนศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ ต้องคุ้นเคยไปกับการรู้เท่าทันแบบดั้งเดิม 2) เข้าใจ (Understand) คือ หลักสูตรต้องออกแบบให้ผู้เรียนสามารถตั้งคำถาม วิเคราะห์ และประเมินสารสนเทศนั้นได้ และ 3) สร้างสรรค์ (Create) คือ หลักสูตรต้องออกแบบให้ผู้เรียนสามารถเกิดความคิดที่สร้างสรรค์ เช่น สามารถสร้างเว็บไซต์ของตัวเองและแสดงความคิดเห็นในห้องสนทนาได้ เป็นต้น

กฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

ผลผลิตของสื่อมวลชนคือ บริการประเภทหนึ่ง ผู้บริโภคสื่อจึงมีสิทธิเช่นเดียวกับผู้บริโภคสินค้าและบริการอื่น ๆ โดยผู้บริโภคสื่อมีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมในการรับทราบ และเข้าถึงสื่อและข้อมูลข่าวสารตามที่ได้มีการรับรองไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหารายการของสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 33 ว่าด้วยการจัดผังรายการ และ มาตรา 37 ว่าด้วยเนื้อหารายการที่ห้ามออกอากาศ รวมถึงประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 มีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหารายการของสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ดังนี้ (สุมาลี วงษ์วิจิต, 2565)

1. เนื้อหาที่ห้ามออกอากาศ ตาม มาตรา 37 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 เนื้อหารายการที่ห้ามไม่ให้ออกอากาศ ได้แก่ รายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการลบล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อการให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจ หรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเอาเปรียบผู้บริโภคในสื่อ ผู้ใช้สื่ออาจประสบกับพฤติกรรมเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้ให้บริการกระจายเสียง และโทรทัศน์ ทั้งในด้านของการโฆษณา ด้านบริการที่ได้รับ รวมถึงด้านวิธีการนำเสนอ ซึ่งตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ได้ระบุถึงลักษณะสำคัญ คือ การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค และรูปแบบรายการหรือการโฆษณาที่เป็นการหลอกลวงหรือกระทำให้เกิดความเข้าใจผิด

3. กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา นอกเหนือจาก กสทช. แล้ว หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสินค้าและบริการ ได้มีข้อกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกเอาเปรียบจากโฆษณา ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติ



ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 และประมวลกฎหมายอาญาความผิดฐานหมิ่นประมาท

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ใช้วิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Method) บูรณาการวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative) และวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากองค์กรภาคประชาชนเครือข่ายความร่วมมือการเฝ้าระวังสื่อไม่สร้างสรรค์ จำนวน 10 แห่ง แห่งละ 40 คน ภายใต้แนวทางการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) มี 4 ระยะ ได้แก่ ระยะการวางแผน (Planning Stage) ระยะปฏิบัติการ (Action Stage) ระยะการพัฒนา (Developing Stage) ระยะสะท้อน (Reflecting Stage)

ระยะที่ 1 ระยะการวางแผน (Planning Stage) วิเคราะห์ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อโดยประสานองค์กรภาคประชาชนต่าง ๆ จำนวน 10 แห่ง แห่งที่ตระหนักถึงปัญหาการรู้เท่าทันสื่อ ร่วมกันจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ปรับปรุงนวัตกรรมหลักสูตรและสื่อการรู้เท่าทันสื่อในระดับประชาชนที่ได้เคยศึกษาในปี 2563-2564 จัดประชุมชี้แจงชุมชนอย่างมีส่วนร่วม

ระยะที่ 2 ระยะการพัฒนา (Developing Stage) ปรับปรุงหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนที่ได้เคยศึกษาในปี 2563 – 2564 โดยการนำข้อเสนอแนะจากระยะที่ 1 มาปรับปรุงเป็นหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

ระยะที่ 3 ระยะปฏิบัติการ (Action Stage) เรียนรู้ร่วมกันผ่านการสอน/อบรมโดยองค์กรภาคประชาชนต่างๆ ในพื้นที่ จำนวน 10 แห่ง แห่งละ 40 คน ผ่านแกนนำกลุ่มชุมชนในการทำงานด้วยการนำหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ไปใช้จัดการอบรมในพื้นที่

ระยะที่ 4 ระยะสะท้อน (Reflecting Stage) ดำเนินการประเมินผลหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน โดยทำการทดสอบก่อนการอบรม (Pretest) และทดสอบหลังการอบรม (Posttest) กับกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษา

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและนำเนื้อหาหลักสูตรมาพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยพัฒนาปรับปรุงใหม่เป็นเนื้อหาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน โดยการพัฒนาปรับปรุงได้มีการวิเคราะห์บริบททางสังคมทั้งภายในและภายนอกประเทศท่ามกลางสถานการณ์การสื่อสารยุคหลัง Disruptive Technology หรือโลกยุคหลังความจริง (Post Truth) ที่ประชาชนสื่อสารกันเองได้ เพื่อออกแบบพัฒนาปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตร คู่มือและสื่อการสอน เพื่อนำไปให้ผู้ฝึกอบรม (Trainer) ให้นำไปถ่ายทอดความรู้ ด้วยการจัดการอบรมทั้งในระบบและนอกระบบ สร้างความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน เกิดสมรรถนะ “เข้าถึง เข้าใจ



เข้าร่วม” รับมือกับปัญหาจากภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่รู้จะสิ้นสุดลงที่ใดอย่างสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียดผลการพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

โครงสร้างหลักสูตร	เนื้อหาหลักสูตร
โมดูล 1 การรู้เท่าทันสื่อ คำอธิบายรายวิชา ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) และความฉลาดทางดิจิทัล (DQ) จุดประสงค์การเรียนรู้ 1. อธิบายความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ 2. อธิบายสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ 3. อธิบายทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัล (MIDL) และความฉลาดทางดิจิทัล (DQ) 4. วิเคราะห์สถานการณ์การสื่อสารตามคำถามสำคัญ 5 ข้อ ของการรู้เท่าทันสื่อได้	● ความหมายและความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ● องค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ● สมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ ● คำถามสำคัญ 5 ข้อ ● การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล
โมดูล 2 กฎหมายสิทธิของผู้บริโภคสื่อ คำอธิบายรายวิชา ความรู้ในเรื่องของสิทธิของผู้บริโภคสื่อ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้บริโภคสื่อ จุดประสงค์การเรียนรู้ 1. จำแนกสิทธิของผู้บริโภคสื่อได้ 2. บอกวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนกลุ่มต่าง ๆ ได้ 3. บอกถึงเนื้อหาที่ห้ามออกอากาศตามกฎหมาย รวมถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และการจัดระดับความเหมาะสมของรายการเนื้อหาได้	เนื้อหา ● สิทธิเฉพาะ 7 ข้อ ของผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ● การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนกลุ่มต่าง ๆ ● เนื้อหารายการที่ห้ามออกอากาศ ● การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ ● การจัดเวลาออกอากาศรายการเพื่อเป็นการคุ้มครองเด็ก และเยาวชน ● การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ● รูปแบบรายการ หรือการโฆษณาที่เป็นการหลอกลวง หรือกระทำให้เกิดความเข้าใจผิด
โมดูล 3 กฎหมายและจริยธรรมสื่อ คำอธิบายรายวิชา ความรู้ในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเนื้อหารายการและโฆษณา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้สื่อข่าวในยุคดิจิทัล รวมถึงการเป็นผู้ผลิตและ	เนื้อหา ● กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกอากาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ● กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ● กฎหมายลิขสิทธิ์ (Copyright)



โครงสร้างหลักสูตร	เนื้อหาหลักสูตร
สร้างสรรค์สื่อรับความรับผิดชอบตามมาตรฐานทางจริยธรรม จุดประสงค์การเรียนรู้ 1. มีความเข้าใจในกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรู้เท่าทันสื่อ 2. บอกถึงลักษณะการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย 3. บอกถึงลักษณะการกระทำผิดบนสื่อออนไลน์	● พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 ● สาระสำคัญของ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ● จริยธรรมสื่อมวลชน
โมดูล 4 การมีส่วนร่วมในสื่อ คำอธิบายวิชา ผู้เรียนจะเกิดความเข้าใจวัตถุประสงค์การเป็นผู้บริโภคสื่อที่รู้เท่าทัน และศักยภาพในการเข้ามามีส่วนร่วมในหลากหลายมิติ เข้าใจความสำคัญในฐานะผู้บริโภคและผู้ผลิตสื่อเผยแพร่สื่อ(Prosumer) มีความสามารถในการสร้างเนื้อหาเพื่อสื่อสาร (Create) ในบริบทที่หลากหลาย ประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ (Creation Of Changing) อันนำไปสู่การเป็นพลเมือง ในศตวรรษใหม่ จุดประสงค์การเรียนรู้ 1. มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อการนำเสนอของสื่อบนหลักการและแนวทางที่สร้างสรรค์ 2. สามารถบอกวิธีการและช่องทางในการร้องเรียนได้ 3. สามารถบอกช่องทางและดำเนินการในการรณรงค์สร้างการเปลี่ยนแปลงผ่านสื่อ 4. ผลิตและเผยแพร่สื่อบนหลักการและแนวทางที่สร้างสรรค์	เนื้อหา - การรู้เท่าทันสื่อกับการสร้างมีส่วนร่วมของพลเมือง - แนวคิดการมีส่วนร่วมในกระบวนการรู้เท่าทันสื่อ (การมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น, ภาระในการสร้างเนื้อหา, การรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลง, แนวทางสร้างพลเมืองเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลง, การมีส่วนร่วมระดับองค์กรเครือข่ายต่างๆ) - กระบวนการร้องเรียน (การเตรียมข้อมูล, การเก็บข้อมูลและหลักฐาน, เรื่องด่วนส่งทันที, ช่วยกันบอกต่อ)

2. เพื่อประเมินผลหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

การประเมินผลหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน กับองค์กรภาคประชาชนจำนวน 10 แห่ง ได้แก่ (1) มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (2) โรงเรียนผู้สูงอายุพลายชุมพล (3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น (4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมหาสารคาม (5) กลุ่มโสนรวมใจ จ.เพชรบุรี (6) ศูนย์พัฒนาศักยภาพผู้สูงวัย “ผ.แข็งแรง” จ.สิงห์บุรี (7) เคราะห์ชุมชนร่มเกล้า ลาดกระบัง (8) ชุมชนบางเสร์



จ.ชลบุรี (9) สมาคมเพื่อสันติภาพชายแดนใต้ จ.ปัตตานี และ (10) ชุมชนมะขามเตี้ยชุมชนขุนทะเล จ.นครศรีธรรมราช ผลปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน

องค์กรภาคประชาชน		N	Mean	S.D.	t	Sig.*
ภาพรวม	Pretest	400	8.45	3.19	41.86	0.00
	Posttest	400	15.82	1.91		
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	Pretest	40	8.65	3.54	15.87	0.00
	Posttest	40	16.13	2.10		
โรงเรียนผู้สูงวัยพลายชุมพล	Pretest	40	8.72	3.33	12.07	0.00
	Posttest	40	16.10	2.20		
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น	Pretest	40	8.45	3.06	12.21	0.00
	Posttest	40	15.80	1.98		
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมหาสารคาม	Pretest	40	8.65	3.54	9.53	0.00
	Posttest	40	15.90	2.18		
กลุ่มโสนรวมใจ จ.เพชรบุรี	Pretest	40	8.43	3.10	13.36	0.00
	Posttest	40	15.85	1.92		
ศูนย์พัฒนาศักยภาพผู้สูงวัย “ผ.แข็งแรง” จ.สิงห์บุรี	Pretest	40	9.11	3.51	8.59	0.00
	Posttest	40	15.71	2.07		
เคหะชุมชนร่มเกล้า ลาดกระบัง	Pretest	40	8.25	3.09	17.70	0.00
	Posttest	40	16.03	1.70		
ชุมชนบางเสร่ จ.ชลบุรี	Pretest	40	8.83	3.53	10.69	0.00
	Posttest	40	15.65	1.64		
สมาคมเพื่อสันติภาพชายแดนใต้ จ.ปัตตานี	Pretest	40	7.96	2.78	22.74	0.00
	Posttest	40	15.63	1.67		
ชุมชนมะขามเตี้ยชุมชนขุนทะเล จ.นครศรีธรรมราช	Pretest	40	7.68	2.53	19.54	0.00
	Posttest	40	15.45	1.62		

* Sig < .05

จากตาราง 2 ผลการประเมินหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนการอบรมในภาพรวมของทุกองค์กรภาคประชาชนมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าคะแนนหลังการอบรม เมื่อทดสอบค่าสถิติ t-test พบว่า มีคะแนนหลังเรียนจากการอบรมด้วยหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เนื่องมาจากผู้เข้ารับการอบรม

มีความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ และสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาเป็นเครื่องมือในการป้องกันตนเองและผู้อื่นจากการได้รับผลกระทบของ Fake news ได้เพิ่มขึ้นก่อนการรับการอบรม

อภิปรายผล

1. จากผลการพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน พบว่าการพัฒนาหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน เป็นการพัฒนาปรับปรุงโดยการวิเคราะห์บริบททางสังคมทั้งภายในและภายนอกประเทศท่ามกลางสถานการณ์การสื่อสารยุคหลัง Disruptive Technology หรือโลกยุคหลังความจริง (Post Truth) ที่ประชาชนสื่อสารกันเองได้ ได้เนื้อหาของหลักสูตรจำนวน 4 โมดูล ได้แก่ โมดูล 1 การรู้เท่าทันสื่อ โมดูล 2 กฎหมายสิทธิของผู้บริโภคสื่อ โมดูล 3 กฎหมายและจริยธรรมสื่อ และ โมดูล 4 การมีส่วนร่วมในสื่อ สอดคล้องกับ Heins & Cho (2003) ที่ระบุถึงให้เห็นก็คือการให้การศึกษาเรื่องสื่อ ไม่ใช่เป็นเพียงแค่การสอนให้รู้ว่าเนื้อหาสื่อในสื่อผลิตขึ้นมาได้อย่างไร และการสร้างจากความเป็นจริงอย่างไร แต่ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเหล่านั้น ทราบถึงวิธีที่ควรจัดการเกี่ยวกับประเด็นสำคัญในสื่อ และมาตรการป้องกันสื่อไม่ปลอดภัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนม คลีฉายา (2559) ซึ่งค้นพบสาระสำคัญที่จำเป็นเพื่อเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 5 สาระ หนึ่งในนั้นคือ สาระที่ 2 ที่จำเป็นต้องสร้างเสริมความรู้พื้นฐานสู่การรู้เท่าทันสื่อ ด้านองค์การสื่อ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อ การแยกแยะประเภทเนื้อหา พฤติกรรมการเสพติดสื่อดิจิทัล โอกาสที่นำไปสู่ความเสี่ยงอันตราย โดยวิธีการสอนเน้นการความคิด ประเมินและวิพากษ์ความถูกต้อง

2. จากผลการประเมินหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนการอบรมในภาพรวมของทุกองค์ระภาคประชาชนมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าคะแนนหลังการอบรมเมื่อทดสอบค่าสถิติ t-test พบว่า มีคะแนนหลังเรียนจากการอบรมด้วยหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับ แนวคิดการพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ ของ OFCOM (2008) การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของ Center for Media Literacy (2008) และกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน มาสังเคราะห์เพื่อออกแบบและพัฒนาหลักสูตร และสอดคล้องกับวิธีการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของพอตเตอร์ (Potter, 2005) ที่เห็นว่าวิธีการที่จะทำให้ผู้รับสื่อมีการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น คือให้ผู้รับสื่อได้ตระหนักและเข้าใจถึงผลกระทบและอิทธิพลของสื่อ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสื่อปกป้องตนเองได้ ทำให้ผู้เรียนเห็นประโยชน์และโทษของสื่อ เห็นความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเนื้อหาการและโฆษณา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รวมถึงการเป็นผู้ผลิตและสร้างสรรค์สื่อบนความรับผิดชอบตามมาตรฐานทางจริยธรรม ทำให้มีการปรับเปลี่ยนตนเองในการเลือกรับชมสื่อให้หลากหลายและมีสาระมากยิ่งขึ้น รู้ว่าการเลือกรับและใช้สื่อที่เป็นโทษจะมีผลดีหรือผลเสียต่อตนเองอย่างไร รู้จักการรู้เท่าทันสื่อ ไม่หลงเชื่อคล้อยตามสื่อโดยทันที รู้จักหาแหล่งข้อมูลจากสื่อที่มีประโยชน์ให้แก่ตนเองมากขึ้น



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมให้มีการนำหลักสูตรความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประชาชนแต่ละกลุ่ม และควรกำหนดนโยบายในการเสริมสร้างความรู้ด้านกฎหมายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้แก่นักศึกษาในระดับอุดมศึกษา โดยบรรจุไว้ในแผนการจัดการศึกษาให้มีการนำหลักสูตรไปใช้กับสถาบันอุดมศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาโดยการพิจารณาตัวแปรที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณลักษณะด้านการรู้เท่าทันสื่อร่วมด้วย เช่น การอบรมเลี้ยงดู ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว เป็นต้น

2.2 เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ จากผลการสอบถามความคิดเห็นที่พบว่าด้านการประเมินค่าสื่อและด้านการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ของผู้อบรมยังทำได้ไม่เต็มที่ งานวิจัยครั้งต่อไป จึงควรทำการวิจัยด้านการประเมินค่าสื่อและด้านการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ให้กับผู้เรียน

เอกสารอ้างอิง

- ชนัญชิตา สุขทัศน์ และผุสดี กลิ่นเกษร. (2565). การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้วยเทคนิคกิจกรรมการบูรณาการจัดการเรียนรู้สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. *Journal of Modern Learning Development*, 7(11).
- พนม คลีฉายา. (2559). การใช้งาน ความเสี่ยง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และแนวทางการสอนเพื่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล สำหรับนักเรียนมัธยมในประเทศไทย ระยะที่ 2: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สุมาลี วงษ์วิจิต. (2565). มาตรการทางกฎหมายและการรู้เท่าทันสื่อเพื่อต่อสู้กับข่าวปลอม. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*, 1(3), 1-28.
- สำนักงาน กสทช. (2564). รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2563.สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2567 จาก . <https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/viewer.php>.
- Center for Media Literacy. (2008). *Literacy for the 21st century: An overview & orientation guide to media literacy education*. (2nd ed.). Malibu. CA: Center for Media Literacy.
- CiTS. (2022). **What is Fake News**. Retrieves April 4, 2024, from <https://www.cits.ucsb.edu/fake-news/what-is-fake-news>.
- European Commission. (2018). **Code of practice on disinformation**. Retrieved April 12, 2024 from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>
- Heins, M. & Cho, C. (2003). **Media Literacy: An Alternative to Censorship**. New York: Free Expression Policy Project.
- OFCOM. (2008). **What is media literacy?**. Retrieved April 12, 2024 from Retrieved April 12, 2024 from http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/of_med_lit/whatis/



- Potter, W.J. (2004). **Theory of media literacy: A Cognitive approach**. California USA: Sage Publications. Potter, W. J. (2014). *Media Literacy* (7th ed.). London: Sage.
- Potter, W.J. (2005). **Media Literacy** (3rd ed.). California: Sage.
- Silverblatt, A. & Eliceiri, E.M.E. (1997). **Dictionary of Media Literacy**. Westport, Conn: Greenwood Press.
- Verbruggen, Y. (2021). **Fake news**. Retrieves April 14, 2024, from <https://www.ibanet.org/article/0adbdb24-c0c2-4cc8-bef8-e9b172dcf12a>.

