

สถานภาพความรู้การวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย
ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2560*

THE STATE OF MEDIA LITERACY RESEARCH IN THAILAND
[1997-2017]

วันที่รับบทความ : 15/04/2563

วันที่แก้ไขบทความ : 05/11/2563

วันที่ตอบรับ : 28/12/2563

วิโรจน์ สุทธิสีมา**

*VirojSuttisima***

พิมลพรรณ ไชยนันท์***

*PimonpanChainan****

ศศิธร ยูวโกศล****

*SasithonYuwakosol*****

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประมวลองค์ความรู้จากงานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการวิจัยที่ควรจะทำต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยได้สืบค้นงานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึง 2560 จำนวนทั้งสิ้น 120 หัวเรื่อง และนำผลการวิเคราะห์ไปทำการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขาวิชาชีพ ได้ผลสรุปดังนี้

*งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประจำปี 2561

**นิเทศศาสตรคดีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2558) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**Ph.D. (Communication Arts), Chulalongkorn University, Thailand (2015). Currently working as a lecturer at Faculty of Communication Arts, Bangkok University, Thailand.

***นิเทศศาสตรคดีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2556) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

***Ph.D. (Communication Arts), Chulalongkorn University, Thailand (2013). Currently working as a lecturer at Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Thailand.

****นิเทศศาสตรคดีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2550) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

****Ph.D. (Communication Arts), Chulalongkorn University, Thailand (2013). Currently working as a lecturer at College of Communication Innovation, Srinakharinwirot University, Thailand.

ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยตอบวัตถุประสงค์ทางด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้มากที่สุด เมื่อจำแนกงานวิจัยออกตามประเภทของการนำเสนอสู่สาธารณะ พบว่า งานวิจัยจากวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท และงานวิจัยทั่วไปซึ่งได้รับงบประมาณอุดหนุนจากสถาบัน มีปริมาณใกล้เคียงกัน งานศึกษาเหล่านี้ เป็นงานวิจัยในเชิงสำรวจมากที่สุด โดยเครื่องมือวิจัยหลัก คือ การใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีความมุ่งเน้นไปยังกลุ่มของเด็กและเยาวชน โดยปริมาณงานวิจัยที่เพิ่มขึ้นในช่วง 5 ปี หลังสุด จะมุ่งเน้นที่สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ มีการเลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (แบบดั้งเดิม) มากที่สุด โดยรองลงมาได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร ทั้งนี้ เนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณา มีปริมาณมากที่สุด

ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ลักษณะงานวิจัยที่มีปริมาณมากและซ้ำซ้อนเกินไป ได้แก่ การศึกษาที่ยังใช้แนวคิดทฤษฎีรู้เท่าทันสื่อโดยขาดการเพิ่มเติมบริบทเฉพาะด้าน การเน้นไปยังกลุ่มของเด็กและเยาวชนระดับมัธยมศึกษาและมหาวิทยาลัย การศึกษาที่เน้นไปยังสื่อเก่า การศึกษาที่เน้นไปยังเนื้อหาโฆษณา รวมไปถึงการออกแบบวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว

ขณะเดียวกัน การสนับสนุนงานวิจัยด้านรู้เท่าทันสื่อที่ควรจะมีในอนาคต ได้แก่ การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับความสามารถในการวิเคราะห์การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ผลิตสื่อ การศึกษาโดยเน้นภูมิทัศน์ใหม่ของผู้ใช้งานสื่อแบบ Active Audience การศึกษาในบริบทดิจิทัล การกลั่นแกล้งออนไลน์ และการสื่อสารด้วยความเกลียดชัง การศึกษาโดยเน้นความรู้เท่าทันสื่อในช่วงวัยที่หลากหลาย (generation) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษากับผู้สูงวัย การศึกษาความรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้ผลิตเนื้อหาสื่อ หรือ กลุ่มผู้ประกอบการ การใช้แนวคิดทฤษฎี และมุมมองใหม่ ๆ ที่ทันสมัย เช่น Digital Quotient หรือ Transmedia Literacy ไปจนถึงการพัฒนาตัวชี้วัดใหม่ ๆ สำหรับบริบทไทย

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ สถานภาพความรู้การวิจัย สารสนเทศ

Abstract

The objectives of this research are to synthesize knowledge derived from research on media literacy in Thailand and to give recommendations for future researches. This study covers researches within the 20-year period from 1997 up until 2017, making the total of 120 researches. Focus groups were conducted with experts from various fields, and the results were as follows: researches meeting the objective relating to media users' literacy accounted for the largest proportion, and the majority of them were master's degree theses and general institution-funded research based on the classification of the publication. Survey researches accounted for the biggest amount. Questionnaire was the main research method used among the samples, and the focus was on the minors. Within the last five years, there was a proliferation of researches focusing on Internet as a medium and advertising was the most frequently found content. In terms of theoretical framework, the employment of the traditional concept of media literacy and concept of receiver ranked first and second respectively.

In making recommendations, it was found that there were too many researches following the same paths and patterns including researches using theoretical concept of media literacy without putting an emphasis on specific context, researches focusing on the minors in high schools and universities, researches focusing on traditional media, advertising, and researches using solely questionnaire. For this reason, future researches should be focusing on development of media literacy to improve critical thinking, evaluation, and creative skills for media production, along with focusing on the topics as follows: active audience within new media landscape, digital context, cyber bullying, and hate speech or hate communication. In terms of research population, the emphasis should be on media literacy in different generation, especially the elderly, or on media literacy in specific groups including media content providers or parents or adult guardians. Fresh concepts and theories should be utilized such as Digital Quotient, Transmedia Literacy, or new indicators for Thai context should be developed.

Keywords : Media Literacy, State of Research, Information

บทนำ

ภูมิทัศน์ทางการสื่อสารของประเทศไทยมีจุดเปลี่ยนที่สำคัญอันสืบเนื่องมาจากรัฐธรรมนูญ ฉบับ พ.ศ. 2540 ซึ่งรัฐธรรมนูญฉบับนี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นรัฐธรรมนูญที่ให้เสรีภาพและสิทธิกับประชาชนอย่างชัดเจนทั้งสิทธิเสรีภาพในการแสดงออก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Ramasoota, Siriyuwasak, & Yoonaitam, 2007) การเปลี่ยนแปลงจากตัวบทกฎหมายดังกล่าว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพของสิทธิทางการสื่อสารของประชาชนไทย ซึ่งมีส่วนสำคัญให้เกิดการเผยแพร่ และการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารจากสื่อช่องทางต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ปริมาณของข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้นจากผู้มีสิทธิทางการสื่อสารจากหลากหลายช่องทางที่มาพร้อมกับความหลากหลายของคุณภาพของสื่อและเนื้อหาสารด้วย จึงเป็นเหตุให้ผู้สื่อสารต้องอาศัยความรู้ ทักษะ และวิจารณญาณในการคัดกรองและเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

การปรับการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เรียกกันว่า สื่อใหม่ ในห้วงเวลาเดียวกันที่การสื่อสารแห่งประเทศไทยอนุญาตให้เปิดบริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ ในปี พ.ศ. 2538 และเริ่มเป็นที่นิยมใช้ของประชาชนอย่างแพร่หลายในปีต่อ ๆ มา สื่อใหม่นี้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการสื่อสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสังคมประชาธิปไตยเนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นสื่อเปิดที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบระหว่างกัน ผู้ใช้เป็นผู้สร้างเนื้อหาและนำเข้าระบบได้เอง (user-generated content) การไหลบ่าของข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว นอกจากจะให้คุณแล้ว ยังก่อให้เกิดปรากฏการณ์อันเป็นโทษได้เช่นกัน ดังที่ปรากฏในข่าวอยู่บ่อยครั้งเกี่ยวกับการที่มีผู้ถูกชักจูงโดยสื่อไปในทางเสียหาย ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาเครื่องมือทางนโยบายเพื่อปกป้องผู้ใช้งานสื่อให้พ้นจากอันตรายดังกล่าว จึงถือเป็นวาระสำคัญของสังคมยุคปัจจุบัน

ในแวดวงวิชาการไทย การรู้เท่าทันสื่อเป็นประเด็นที่ได้รับการศึกษาวิจัยอยู่บ่อยครั้งจากการสืบค้นในฐานข้อมูลงานวิจัยไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา พบว่ามีการวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล เป็นจำนวน 120 ชิ้น ในจำนวนนี้ยังรวมถึงตัวรายงาน บทความจากสื่อมวลชน รายงานประจำปีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หลักสูตร บทเรียน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลสำหรับพลเมืองประชาธิปไตย

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการสำรวจถึงงานวิจัยแต่ละชิ้นว่าตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เคยมีการศึกษาวิจัยถึงการรู้เท่าทันสื่อในรูปแบบใดบ้าง มีการ

นำเสนอเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างไร กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้วิธีในการศึกษา และได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเด็นใดบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการสื่อสาร ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางการศึกษาสำคัญในแวดวงการวิจัยของไทย

การศึกษาเอกสารในครั้งนี้จะไม่เพียงแต่ช่วยให้รากฐานของการศึกษาวิจัยในประเด็นการรู้เท่าทันสื่อมีความมั่นคงแข็งแรงขึ้น แต่ยังช่วยให้ในอนาคตภายหน้าสามารถนำสิ่งที่ค้นพบจากการวิเคราะห์มาใช้ต่อยอดการศึกษาให้ก้าวไกลกว่าเดิม ทั้งในด้านการวิจัยและการนำไปปฏิบัติใช้ในโลกแห่งความเป็นจริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจสถานภาพองค์ความรู้งานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540-2560 ในแง่ของคุณลักษณะงานวิจัย ประเภทของการวิจัย รูปแบบการวิจัย ขอบข่ายการวิจัย และกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้
2. เพื่อค้นหาประเด็นสำคัญจากงานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2560 ในแง่ของการส่งเสริมเพื่อพัฒนาต่อยอดในภายภาคหน้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง แนวความคิดที่ช่วยพัฒนาพลเมืองให้เกิดความรู้เท่าทัน และตระหนักถึงประโยชน์และอันตรายจากการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อได้ โดยจะช่วยให้พลเมืองมีความกระตือรือร้น และมีเสรีภาพในการเข้าถึงและเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอต่อการใช้ชีวิตและตัดสินใจ ทั้งสามารถปกป้องตนเองและผู้อื่นจากข้อมูลที่ไม่พึงประสงค์ได้ โดยอาจแบ่งระดับการรู้เท่าทันออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์

งานวิจัย หมายถึง การศึกษาวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักวิชาการในประเทศไทย โดยจากการค้นคว้าในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของไทย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา โดยมุ่งเน้นไปยังงานวิจัยบทความวิจัย วิทยานิพนธ์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

คุณลักษณะงานวิจัย หมายถึง ลักษณะทางการวิจัยของงานวิจัยนั้น ๆ ในเชิงของวัตถุประสงค์ โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ มุ่งเน้นศึกษาผู้ใช้ มุ่งเน้นศึกษาผลกระทบ มุ่งเน้นศึกษาด้านนโยบาย มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ มุ่งเน้นการค้นหาคำวิจัย และคุณลักษณะที่มุ่งค้นหาสิ่งอื่น ๆ

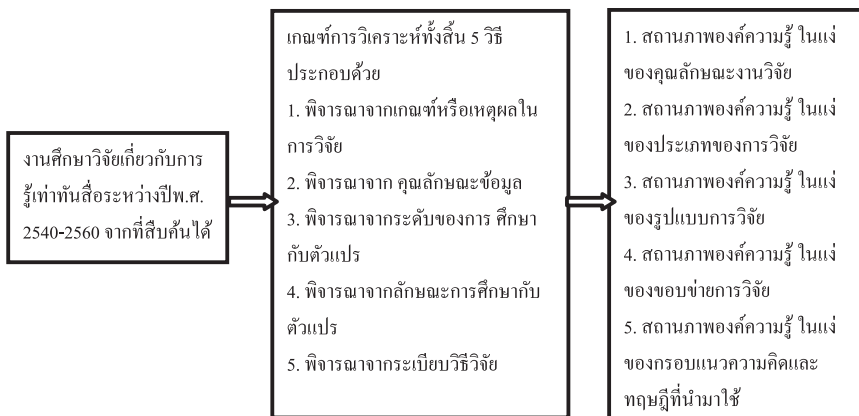
ประเภทของงานวิจัย หมายถึง ประเภทของการตีพิมพ์งานวิจัยนั้น ๆ ในเชิงวิชาการ อันได้แก่ วิทยานิพนธ์ (งานค้นคว้าอิสระ, ปริญญาโท, ปริญญาเอก) บทความวิจัยและวิชาการ และงานวิจัย

รูปแบบการวิจัย หมายถึง รูปแบบของระเบียบวิธีวิจัย เพื่อกำหนดหนทางอันนำไปสู่การค้นหาคำตอบของการวิจัย ประกอบไปด้วย การสำรวจ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการวิเคราะห์เอกสาร

ขอบข่ายการวิจัย หมายถึง ขอบข่ายในด้านกลุ่มตัวอย่าง ผ่านการกำหนดทางช่วงวัย อันได้แก่ เยาวชน วัยผู้ใหญ่ วัยสูงอายุ และอื่น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ หมายถึง กลุ่มของแนวคิดและทฤษฎีที่ปรากฏในงาน ซึ่งทำการสำรวจ โดยจัดกลุ่มเป็น ด้านการรู้เท่าทันสื่อ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านคุณลักษณะของช่วงวัย ด้านผลกระทบของสื่อ ด้านลักษณะของเทคโนโลยี ด้านผู้รับสาร แนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ และไม่พบทฤษฎีอ้างอิงในงาน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล

ในการทบทวนวรรณกรรมด้านการรู้เท่าทันสื่อจากต่างประเทศพบว่า หลักการสำคัญถูกเสนออย่างเป็นทางการในหัวเรื่อง “Five principles of media literacy” จาก Media

Literacy Resource Guide (Media Literacy: Resource Guide, Intermediate and Senior Divisions, 1989, 1989, pp. 8-9) ใน 5 ประเด็นสำคัญ สามารถสรุปได้ว่า

1) สื่อทั้งหมด คือ การประกอบสร้างขึ้น และทำให้สิ่งรายรอบตัวของผู้นั้น สอดคล้องกับสิ่งที่สื่อได้นำเสนอนับตั้งแต่ถือกำเนิด โดยแท้จริงแล้วสิ่งที่สื่อนำเสนอทั้งหมด ล้วนผ่านการสังเกต ใช้ประสบการณ์ ดีความ และทัศนคติเข้ามาเกี่ยวข้องกับทั้งหมด

2) ผู้ชมจะต้องรองทางความหมายกับสื่อ แต่ละคนจะหาความหมายผ่านปัจจัยต่าง ๆ ทั้งความต้องการส่วนตัว ความตึงเครียด ความพึงพอใจ หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงที่รับสื่อ นั้น ๆ ตลอดจนถึงทัศนคติทางเชื้อชาติ เพศ ครอบครัวย และภูมิหลังทางวัฒนธรรม

3) สื่อมีนัยยะทางการค้า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความตระหนักถึงพื้นฐานของการผลิตสื่อว่าเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจเสมอ รวมถึงเนื้อหา เทคนิคการผลิต และการกระจายสื่อ ในช่องทางต่าง ๆ

4) ประเด็นของความเป็นเจ้าของ การควบคุม และผลกระทบสื่อควรจะถูกสำรวจ ในการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

5) สื่อมีอุดมการณ์และการให้คุณค่าในสารที่ผลิตออกมา การรู้เท่าทันสื่อจะต้องตระหนักถึงอุดมการณ์ที่แฝงและระบบคุณค่าที่อยู่ในสื่อ

แนวโน้มการพัฒนาเครื่องมือทางนโยบายเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากภัยหรือความเสี่ยงจากสื่อของต่างประเทศจึงมุ่งที่การพัฒนาและส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (media, information and digital literacy) ให้แก่ผู้ใช้สื่อ โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน เพื่อให้สามารถรู้เท่าทันและตระหนักถึงภัยของเนื้อหาที่อาจเป็นภัยจากสื่อที่ตนเปิดรับได้ และการจัดให้มีเครื่องมือทางเทคนิคที่ผู้ใช้ปิดกั้นการเข้าถึงเนื้อหาที่เป็นภัยได้เอง แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลนั้น มีลักษณะที่เชื่อมโยงกันระหว่างสมรรถนะ 3 เรื่อง คือ การรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสารสนเทศ และการรู้เท่าทันดิจิทัล ซึ่งเป็นชุดของสมรรถนะ (competency) ที่ครอบคลุมทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศผ่านสื่อ และเทคโนโลยีดิจิทัล การเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งความสามารถผลิตสื่อเพื่อขับเคลื่อนสังคมได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ สมรรถนะชุดดังกล่าวยังมีความสัมพันธ์กับทักษะชุดอื่น ๆ เช่น ทักษะชีวิต ที่ครอบคลุมเรื่องทักษะการรู้จักตนเอง และทักษะการอยู่ร่วมกับผู้อื่น (interpersonal and communication skills) ในยุคสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ในสังคมพหุวัฒนธรรมและสังคมประชาธิปไตยอีกด้วย (Child and Youth Media Institute & Thai Civic Education Center, 2016)

การศึกษาศถานภาพองค์ความรู้ของการรู้เท่าทันสื่อในต่างประเทศจะเป็นการศึกษา การรู้เท่าทันสื่อในฐานะตัวแปรแทรก (intervention) ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมทางบวก เช่น ความรู้เกี่ยวกับสื่อ การวิเคราะห์หวัพาทย์ การรับรู้ความจริง และการรับรู้ความสามารถตนเอง (Jeong, Cho, & Hwang, 2012) ลดพฤติกรรมเบี่ยงเบน เช่น การดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ ความไม่พอใจในรูปร่าง และความผิดปกติของการกิน (Xie, Gai, & Zhou, 2019) และ พฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพในกลุ่มวัยรุ่น (risky health behaviors) (Vahedi, Sibalis, & Sutherland, 2018) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาที่รวบรวมผลของโครงการสร้างการรู้เท่าทัน สื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การเรียนการสอนในชั้นเรียน การอบรม และการอบรมออนไลน์ ระยะสั้น พบผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าโครงการสร้างการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มความรู้ ความคิดวิเคราะห์ และความตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อ (Full Fact, Africa Check, & Chequedo, 2020)

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) การรู้เท่าทันสารสนเทศ (Information Literacy) และการรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy)

นิยามที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ Bawden(2001 as cited in Koltay, 2011) ได้ระบุถึงคำนิยามที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การรู้เท่าทันสารสนเทศ (information literacy) การรู้เท่าทันคอมพิวเตอร์ ซึ่งหมายรวมถึง การรู้เท่าทันเทคโนโลยี/อิเล็กทรอนิกส์สารสนเทศ (information technology/electronic) การรู้เท่าทันพันสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ (electronic information literacy) การรู้ห้องสมุด (library literacy) การรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) การรู้เท่าทันเครือข่าย (network literacy) ซึ่งหมายรวมถึง การรู้เท่าทัน อินเทอร์เน็ต (internet literacy) และการรู้เท่าทันสื่อที่อยู่ในรูปแบบของ Hyperlink (hyper-literacy) และการรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) หรือการรู้เท่าทันสารสนเทศดิจิทัล (digital information literacy) (Koltay, 2011) จึงสามารถนิยามขอบเขตของแต่ละแนวคิด ได้ดังนี้

การรู้เท่าทันสารสนเทศ (information literacy) คือ บุคคลที่มีความรู้เท่าทันสารสนเทศ จะสามารถตระหนักได้ว่าเมื่อใดที่ต้องการข้อมูลสารสนเทศ การระบุ เข้าถึง ประเมิน และใช้สารสนเทศในการแก้ไขปัญหาเฉพาะอย่าง การรู้เท่าทันสารสนเทศสามารถเข้าถึง และเลือกสรรข้อมูลที่มีให้ใช้ประโยชน์ได้ในบริบทต่าง ๆ เช่น โรงเรียน สถานที่ทำงาน และทุกมิติของการตัดสินใจส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของความเป็นพลเมือง และสุขภาพ การสร้างความรู้เท่าทันสารสนเทศจะเน้นไปที่ความคิดวิเคราะห์ การควบคุม

และประเมินความคิดตนเอง (meta-cognitive) และความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลในบริบทและเรื่องเฉพาะ รวมถึงการตระหนักถึงคุณภาพ ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของสารสนเทศ (Hobbs, 2006 as cited in Koltay, 2011)

ส่วนนิยามของการรู้เท่าทันดิจิทัลเป็นความสามารถเข้าใจในการใช้สารสนเทศจากแหล่งข้อมูลทางดิจิทัลที่หลากหลายซึ่งครอบคลุมถึงความสามารถทางด้านการสืบค้นข้อมูล การเข้าถึงตามทางไฮเปอร์เท็กซ์ (hypertext navigation) การรวบรวมความรู้ และการประเมินเนื้อหาสาร โดยคำนิยามดังกล่าวเมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับการรู้เท่าทันสารสนเทศพบว่ามีความเกี่ยวข้องกันที่สามารถแบ่งได้เป็นองค์ประกอบหลัก 4 ด้านตามแนวคิดของ Bawden (2001 as cited in Koltay, 2011) ดังนี้

1. การสืบค้นให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มาพร้อมกับความคิดวิเคราะห์และทักษะของการรู้เท่าทันสารสนเทศ
2. การเผยแพร่และสื่อสารข้อมูล เป็นทักษะที่บูรณาการการรู้เท่าทันสารสนเทศมาใช้ร่วมด้วย
3. การตระหนักถึงคุณค่าของเครื่องมือดั้งเดิมในการทำงานร่วมกับสื่อสังคมและเครือข่ายออนไลน์
4. การรวบรวมความรู้เป็นความสามารถในการรวบรวมข้อมูลที่เชื่อถือได้จากแหล่งที่มาที่หลากหลาย

ทักษะพื้นฐานสำคัญที่มีร่วมกันของการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสารสนเทศ และการรู้เท่าทันดิจิทัลคือ ทักษะการคิดวิเคราะห์ อย่างไรก็ตามแนวคิดการรู้เท่าทันแต่ละแนวคิดจะมีจุดเน้นของการนำเอาทักษะการคิดวิเคราะห์ไปใช้ในลักษณะที่ต่างกันไป กล่าวคือการรู้เท่าทันสื่อจะเป็นความสามารถในการวิเคราะห์สาร การประเมินเนื้อหาสื่อ/สารที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา ในขณะที่การรู้เท่าทันสารสนเทศจะเป็นความสามารถในการวิเคราะห์สารเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษา สถานภาพความรู้การวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2560 นี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ผ่านการวิเคราะห์ตีความข้อมูลและนำเสนอเป็นสถิติเบื้องต้น รวมถึงการสังเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิด โดยตอบคำถามการวิจัยผ่านกระบวนการดังต่อไปนี้

การวิจัยเอกสาร (documentary research)

การวิจัยเอกสาร (documentary research) ที่เป็นวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา และงานวิจัยในขอบข่ายการรู้เท่าทันสื่อ ช่วงปี พ.ศ.2540-2561(เพิ่มขึ้นมาจากวัตถุประสงค์การศึกษา 1 ปี เพื่อให้เกิดความทันสมัยของข้อมูล) กลุ่มเป้าหมายหรือหน่วยการศึกษานี้คือ งานวิจัยที่มีปรากฏในฐานข้อมูลของไทย ทั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยดังต่อไปนี้ รวมเป็นงานวิจัยทั้งสิ้น 120 หัวเรื่อง

การสืบค้นดำเนินการโดย เข้าถึงฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของ ThaiLIS Digital Collection, สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นแหล่งข้อมูลหลักโดยใช้คำค้นในการค้นหาคำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” “การรู้เท่าทันสารสนเทศ” “การรู้เท่าทันดิจิทัล” “การเรียนรู้รู้สื่อ” “การรู้เท่าทันโฆษณา” “การรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ต” “การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์” จากนั้นพิจารณาความเกี่ยวข้อง กับเนื้อหาในขอบข่ายของ Media Literacy เพื่อคัดเลือกนำมาทำการศึกษา โดยใช้ผู้ลงรหัสข้อมูล (coder) 3 คน

การสนทนากลุ่ม (focus group)

การสนทนากลุ่ม จากผู้เชี่ยวชาญด้านอื่น ๆ เป็นการขยายขอบเขตความรู้ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยเมื่อสรุปประเด็นจากงานวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ เป็นหมวดหมู่ทั้งสิ้น 6 หมวด ทีมวิจัยได้นำผลการศึกษาเบื้องต้น มาให้ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาวิชาชีพพร้อมทั้งสิ้น 8 ท่าน ร่วมสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนะและแสดงความคิดเห็น ตลอดจนให้ข้อมูลเพิ่มเติม ตามความเชี่ยวชาญในสาขาของตนเอง ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 8 ท่านจากหลากหลายวิชาชีพ ขอบข่ายของความเชี่ยวชาญประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุข การตลาดและการสร้างเนื้อหาออนไลน์ การศึกษาและการเรียนรู้ แรงงาน ธุรกิจ การเมือง การรู้เท่าทันสื่อ ภาษาและการแปลและกฎหมายและการสื่อสาร โดยได้ใช้การนับประเด็นที่ถูกพูดถึงพร้อมคำอธิบายไปสร้างหัวข้อและจัดกลุ่ม เพื่อยกระดับสู่ข้อเสนอแนะต่อไป

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “สถานภาพความรู้การวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2560” ใช้การค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยผ่านการสืบค้นในฐานข้อมูลออนไลน์ โดยใช้คำค้นหาคำว่า การรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสารสนเทศ การรู้เท่าทันดิจิทัล การเรียนรู้รู้สื่อ การรู้เท่าทันโฆษณา การรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

จากการสืบค้นดังกล่าว พบงานวิจัยซึ่งถือเป็นหน่วยทำการศึกษาทั้งสิ้น 120 ชิ้น โดยไม่นับรวมงานบทความทางวิชาการ หนังสือ และตำรา ซึ่งอยู่นอกขอบเขตลักษณะความรู้จากงานวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในเชิงสถิติเบื้องต้นต่อไปนี้คือ ข้อค้นพบในเชิงปริมาณ ผ่านการวิเคราะห์ตัวสารด้วยการลงรหัสตามหมวดหมู่ โดยนำเสนอเป็นจำนวนที่พบ ร้อยละ และสรุปจำนวนที่มีนัยยะสำคัญ

1. คุณลักษณะการวิจัย (วัตถุประสงค์งานวิจัย)

งานวิจัยทั้งหมดสามารถวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มต่าง ๆ ได้แก่

มุ่งเน้นศึกษาผู้ใช้ คือ มุ่งเน้นคุณลักษณะผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต (user) ผู้รับสาร (receiver) ในแต่ละกลุ่ม เช่น เน้นศึกษากลุ่มเด็กและเยาวชนมีจำนวน 71 เรื่อง (ร้อยละ 59.17)

มุ่งเน้นศึกษาผลกระทบ คือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งทางบวกและทางลบที่เกิดจากการเปิดรับสื่อและเนื้อหาที่มีผลกระทบต่อผู้ใช้งาน เช่น ผลกระทบจากการเปิดรับโฆษณาออนไลน์ มีจำนวน 16 เรื่อง (ร้อยละ 13.33)

มุ่งเน้นศึกษาด้านนโยบาย คือ การศึกษาเกี่ยวกับการออกนโยบาย มาตรการ แนวทาง และข้อปฏิบัติ เช่น การวิจัยเพื่อพัฒนานโยบายมาควบคุมการเข้าถึงเกมออนไลน์ มีจำนวน 14 เรื่อง (ร้อยละ 11.67)

มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ คือ การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ เช่น พัฒนาหลักสูตรการเรียน พัฒนาชุดทดสอบ พัฒนาชุดการเรียนรู้ เพื่อรู้เท่าทันสื่อ มีจำนวน 34 เรื่อง (ร้อยละ 28.33)

มุ่งเน้นการค้นหามีปัจจัย คือ การค้นหามีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อในบริบทต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านการศึกษาที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ มีจำนวน 42 เรื่อง (ร้อยละ 35.00) และคุณลักษณะที่มุ่งค้นหาสิ่งอื่น ๆ ที่ไม่ได้รวมอยู่ในหัวข้อข้างต้น มีจำนวน 10 เรื่อง (ร้อยละ 8.33)

2. ประเภทของงานวิจัย

ประเภทของการตีพิมพ์งานวิจัยนั้น ๆ ในเชิงวิชาการ ผลพบว่า ประเภทผลงานวิจัย ที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นวิทยานิพนธ์มากที่สุด 53 เรื่อง (ร้อยละ 44.17) รองลงมาคือ วิจัย จำนวน 44 เรื่อง (ร้อยละ 36.67) ตามด้วยบทความ จำนวน 22 เรื่อง (ร้อยละ 18.33) ขณะที่ รายงาน ผลการศึกษา มีจำนวน 1 เรื่อง (ร้อยละ 0.83)

3. รูปแบบการวิจัย

รูปแบบของระเบียบวิธีวิจัย เพื่อกำหนดหนทางอันนำไปสู่การค้นหาคำตอบของการวิจัย ผลการศึกษาพบว่าระเบียบวิธีวิจัยของผลงานการศึกษาส่วนใหญ่ คือ การสำรวจ จำนวน 70 เรื่อง (ร้อยละ 58.33) รองลงมา คือ การสัมภาษณ์ จำนวน 39 เรื่อง (ร้อยละ 32.50) และถัดมา คือ การวิจัยโดยใช้เอกสาร จำนวน 27 เรื่อง (ร้อยละ 22.50) การสนทนากลุ่ม จำนวน 17 เรื่อง (ร้อยละ 14.17) การทดลอง จำนวน 13 เรื่อง (ร้อยละ 10.83) การสังเกตภาคสนาม จำนวน 2 เรื่อง (ร้อยละ 1.67) ตามลำดับ ส่วนวิธีการวิจัยในลักษณะอื่น ๆ ที่พบ คือ การวิจัยและพัฒนา การอภิปรายร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 11 เรื่อง (ร้อยละ 9.17)

4. ขอบข่ายการวิจัย

ขอบข่ายในด้านกลุ่มตัวอย่าง ผ่านการกำหนดทางช่วงวัย อันได้แก่เยาวชน วัยผู้ใหญ่ วัยสูงอายุ และอื่น ๆ พบว่า งานส่วนใหญ่มีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเยาวชน จำนวน 84 (ร้อยละ 70.00) รองลงมา คือ กลุ่มผู้ใหญ่ จำนวน 10 เรื่อง (ร้อยละ 8.33) กลุ่มผู้สูงอายุ 4 เรื่อง (ร้อยละ 3.33) และกลุ่มอื่น ๆ (ได้แก่ งานวิจัยที่ไม่ระบุกลุ่มเป้าหมาย สตรีครูอาจารย์ และผู้ใช้สื่อทั่วไป) จำนวน 32 เรื่อง (ร้อยละ 26.67)

5. แนวความคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

กลุ่มของแนวคิดและทฤษฎีที่ปรากฏในงานซึ่งทำการสำรวจพบว่าแนวคิดและทฤษฎีที่พบปรากฏมากในงานวิจัยคือแนวคิดและทฤษฎีรู้เท่าทันสื่อจำนวน 103 เรื่อง (ร้อยละ 85.83) รองลงมา คือ แนวคิดและทฤษฎีผู้รับสาร จำนวน 46 เรื่อง (ร้อยละ 38.33) แนวคิดและทฤษฎีคุณลักษณะของเทคโนโลยี จำนวน 34 เรื่อง (ร้อยละ 28.33) แนวคิดและทฤษฎีคุณลักษณะของช่วงวัย จำนวน 24 เรื่อง (ร้อยละ 20.00) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนจำนวน 20 เรื่อง (ร้อยละ 16.67) แนวคิดและทฤษฎีผลกระทบของสื่อ จำนวน 15 เรื่อง (ร้อยละ 12.50) ส่วนแนวคิดและทฤษฎีอื่น ๆ จำนวน 43 เรื่อง (ร้อยละ 35.83)

6. ประเภทของผลงานการเผยแพร่

ลักษณะการเผยแพร่ผลงาน พบว่าเป็นประเภทผลงานวิทยานิพนธ์มากที่สุด 47 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 42.34 รองลงมา คือ วิจัย จำนวน 41 ชิ้น (ร้อยละ 36.94) ตามด้วยบทความ 22 เรื่อง (ร้อยละ 19.82) ขณะที่ รายงานผลการศึกษามี 1 เรื่อง (ร้อยละ 0.90)

7. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ

ประเภทสื่อที่ถูกรับรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้มากที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีจำนวน 40 เรื่อง (ร้อยละ 33.33) รองลงมา คือ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 18 เรื่อง

(ร้อยละ 15.00) ส่วนการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อโดยรวม จำนวน 8 เรื่อง (ร้อยละ 6.67) หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 4 เรื่อง (ร้อยละ 3.33) ส่วนวิทยุมีจำนวน 1 เรื่อง (ร้อยละ 0.83) ตามด้วยสื่อประเภทอื่น ๆ (ซีดี วีดีโอ นิตยสาร กิจกรรมพิเศษ เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์) จำนวน 21 เรื่อง (ร้อยละ 17.50) ขณะที่งานวิจัยที่ไม่ได้ระบุถึงสื่อใด โดยเฉพาะ มีจำนวน 28 (ร้อยละ 23.33)

8. เนื้อหาที่พบในการศึกษา

จากการวิเคราะห์ประเภทเนื้อหาของสื่อที่ศึกษาในงานวิจัย พบว่า งานวิจัยศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการโฆษณา จำนวน 16 เรื่อง (ร้อยละ 34.78) รองลงมา คือ เนื้อหาบันเทิง จำนวน 9 เรื่อง (ร้อยละ 19.57) เนื้อหาข่าว มีจำนวน 5 เรื่อง (ร้อยละ 10.87) ส่วนเนื้อหาอื่น ๆ (เนื้อหาในสื่อและอินเทอร์เน็ตในภาพรวม การ์ตูน เพศ และเกมออนไลน์) มีจำนวน 16 เรื่อง (ร้อยละ 34.78)

การสังเคราะห์ความรู้ในบริบทสังคมแต่ละยุคสมัย

1) พ.ศ. 2540-2549

เหตุการณ์ทางสังคมที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับบริบทของการสื่อสารคือ เริ่มมีการสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย หรือ Internet user profile of Thailand ขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยเริ่มครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2542 และมีการจัดสำรวจข้อมูลดังกล่าวเป็นประจำทุกปี แสดงถึงความสำคัญของการเติบโตของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่มีต่อสังคมในภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในแง่ของพฤติกรรมการใช้ จุดประสงค์ในการใช้ และผลกระทบที่ได้รับ นอกจากนี้ ปี พ.ศ. 2543 ยังถือเป็นจุดเริ่มของยุครัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ โดยรัฐบาลได้ประกาศเริ่มโครงการนำบริการต่าง ๆ ของรัฐบาลมาให้ประชาชนได้ใช้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น บริการยื่นภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และบริการด้านทะเบียนต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ในทางการเมืองและนโยบายนั้น เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2540 ประเทศไทยได้ประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ส่วนในนโยบายด้านการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ ประกาศใช้หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2544 ที่ต่อเนื่องมาจาก พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ 2542 ซึ่งเน้นนโยบายการศึกษาในการสร้างชาติ ปรับโครงสร้างและระบบการศึกษา ยึดหลักการบริหารจัดการที่เน้นคุณภาพ ประสิทธิภาพและความเสมอภาค และใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ดังนั้นจึงมีการศึกษาวิจัยในเรื่องของการเรียนการสอน โดยเฉพาะในเรื่องของการใช้เทคโนโลยีทั้งในแง่ทักษะและการรู้จักใช้อย่างเป็นประโยชน์มากขึ้น

นอกจากนี้ พ.ศ. 2545 เกมเร็กนาร์ร็อกออนไลน์ (Ragnarok Online - RO) ได้เปิดให้บริการในประเทศไทย ซึ่งทำให้ผู้เล่นสามารถพบปะ และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นอื่นได้หลากหลายอย่างอิสระ ถือเป็นเกมออนไลน์เกมแรกที่มีส่วนเปลี่ยนประวัติศาสตร์การเล่นของเด็กไทยไปสู่โลกออนไลน์ และตามมาซึ่งประเด็นเกี่ยวกับผลเสียและประโยชน์ของเกมกับเยาวชน

จากเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เมื่อพิจารณาร่วมกับงานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อในช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า มีงานวิจัยทั้งสิ้นจำนวน 10 ชิ้น โดยมีถึง 5 เรื่อง (ร้อยละ 50) ที่ศึกษาในบริบทของสื่อใหม่ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต โดยยังคงเป็นหัวข้อในเรื่องของการใช้ประโยชน์เป็นหลัก ต่อมาคือหัวข้อในเชิงผลกระทบจากการใช้และการกำกับดูแลการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งหากวิเคราะห์ร่วมกับเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลาดังกล่าว ปัจจัยที่น่าจะสอดคล้องกับการนำไปสู่งานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อคือ กระแสการเติบโตของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการวางแผนของทางหน่วยงานภาครัฐเพื่อรองรับและสนับสนุนความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อใหม่ ในขณะเดียวกันในส่วนของสื่อมวลชนเดิม เสรีภาพของการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ต้องควบคู่ไปกับความรับผิดชอบ ต่อสังคม และการใช้อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้นการมีทักษะคิดวิเคราะห์ในใช้สื่อจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสนใจ และศึกษาถึงผลกระทบ จึงมีงานศึกษาในแง่มุมของการรู้เท่าทันของผู้ใช้ในเนื้อหาสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

2) พ.ศ. 2550-2554

เหตุการณ์สำคัญในด้านที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ได้แก่ วันที่ 15 มกราคม 2551 สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี ได้โอนกิจการสถานีโทรทัศน์ รวมไปถึงภารกิจที่เกี่ยวข้องทั้งหมดไปให้แก่องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย สถานีจึงออกอากาศในชื่อใหม่เป็นสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสซึ่งเป็นช่องสถานีโทรทัศน์สาธารณะของไทยมาจนปัจจุบัน ด้าน UNESCO ได้ขับเคลื่อนการรู้เท่าทันสื่อให้เกิดประโยชน์ในวงกว้าง โดยในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 2008 (พ.ศ. 2551) กำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ดำเนินการเกี่ยวกับการแนะนำองค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในหลักสูตรการฝึกอบรมครูทั่วโลก และในเวลาต่อมาก็ได้กำหนดเป็นพันธกิจที่มุ่งเน้นสังคมแห่งการรู้สื่อและสารสนเทศ

รวมถึงมีการจัดตั้ง คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติหรือ กสทช. (NBTC) เพื่อเป็นหน่วยงานอิสระของรัฐมีบทบาทหน้าที่

ในการบริหารความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม รวมถึงส่งเสริมและกำกับดูแลการประกอบกิจการดังกล่าว

ในขณะที่จากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2551 ระบุว่าประเทศไทย มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 17 ล้านคน มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 11 ล้านคน โดยเป็นผู้ชายและผู้หญิง เท่า ๆ กัน ส่วนสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้สำรวจ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยประจำปี พ.ศ. 2551 พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ใ้บริการจากที่ทำงาน และที่บ้านในสัดส่วนเกือบเท่ากัน ในขณะที่ใช้ที่ร้านอินเทอร์เน็ต น้อยลง นอกจากนี้ยังมีสัดส่วนของการใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นจากปี 2550 และมีปริมาณผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านออนไลน์มากขึ้นกว่าที่ผ่านมา ผลเสียอันดับแรก ๆ ที่ได้รับการระบุจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต คือ มีการหลอกลวงเพิ่มขึ้น เป็นแหล่งช่วยทางเพศ และการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นน้อยลง

ในทางการเมืองและนโยบาย มีการประกาศใช้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับปี 2550 รวมถึงมีเหตุการณ์สำคัญทางการเมืองที่รุนแรง คือ การชุมนุมประท้วง ทางเมืองต่าง ๆ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2553 ซึ่งก่อให้เกิดการเสียชีวิต ได้รับบาดเจ็บ และส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและเศรษฐกิจของประเทศ ต่อมา วันที่ 3 กรกฎาคม 2554 มีการเลือกตั้งทั่วไป ซึ่งนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ชนะการเลือกตั้ง และเป็นนายกรัฐมนตรีหญิง แห่งประเทศไทย

จากเหตุการณ์ที่ผ่านมาข้างต้นทั้งด้านการเมือง สังคม และเทคโนโลยี สื่อสะท้อน ถึงการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญหลายเรื่องของสังคมในช่วงเวลา 5 ปีนี้ รวมถึงการสนับสนุน ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของหน่วยงานระดับโลกอย่าง UNESCO การเกิดขึ้นของ กสทช. ที่เป็นองค์กรทำหน้าที่ส่งเสริมและกำกับดูแลกิจการสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม และมีหน่วยงานย่อยในเรื่องของการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ ปัจจัยที่กล่าวมาอาจเป็นปัจจัย เกื้อหนุนให้งานวิจัยในมิติของการรู้เท่าทันสื่อในช่วงที่สองนี้จึงเพิ่มสูงขึ้นเป็นเท่าตัว จากห้าปีก่อนหน้า คือ มี 21 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 17.5 ของงานทั้งหมด ซึ่งเรื่องของการใช้สื่อ และปัจจัยที่สัมพันธ์กับการใช้สื่อเป็นประเด็นที่ได้รับการศึกษามากกว่าประเด็น อื่น ๆ เนื่องจากความหลากหลายของสื่อในสังคม รวมถึงการสนใจศึกษาในกลุ่มเยาวชน และนิสิตนักศึกษา ด้วยเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อมาก จึงเกิดความกังวลในสังคมจากพฤติกรรมการ ใช้และผลที่อาจตามมา นอกจากนี้มีงานวิจัยที่ศึกษาในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อในบริบท ของการเมืองเพิ่มเข้ามา อันสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองที่เกิดขึ้น ในช่วงเวลาดังกล่าว

3) พ.ศ. 2555-2559

เหตุการณ์หลัก ๆ ในด้านของวงการสื่อสารมวลชน คือ การเปิดประมูลทีวีดิจิตอลเป็นครั้งแรก และวันที่ 1 เมษายน 2557 เป็นวันเริ่มต้นการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลในประเทศไทยถือเป็นการพัฒนาวงการโทรทัศน์ของไทยจากระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ทำให้เกิดช่องสถานีเพิ่มมากขึ้น และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ในด้านของการผลิตรายการ การเป็นเจ้าของ และการกำกับดูแลกิจการต่อมา

นอกจากนี้ ช่วงเวลานี้คือ ยุคการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ แสดงได้จากผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย โดยผลพบว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี และใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า

จากคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้กิจกรรมหลักคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการเติบโตของโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมของประเทศ

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลต่ออุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องปรับตัวและบางส่วนมีการปิดตัวลงจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของคนในสังคม เช่น เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2559 นิตยสารสกุลไทยวางจำหน่ายฉบับสุดท้าย จากการเป็นนิตยสารคู่สังคมไทยมากกว่า 62 ปี

ในด้านการเมือง นับเป็นช่วงเวลาของวิกฤตการณ์การเมืองไทยอีกช่วง ระหว่าง พ.ศ. 2556-2557 เป็นวิกฤตการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นจากการประท้วงต่อต้านรัฐบาลตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2556 ถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2557 โดยกลุ่ม กปปส. และจบลงด้วยการที่นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี พ้นจากตำแหน่ง โดยวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 เกิดรัฐประหารครั้งที่ 13 ของประเทศไทย โดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ นำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

ส่วนอีกหนึ่งเหตุการณ์สำคัญที่ยิ่งใหญ่ของประเทศคือ การสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในวันที่ 13 ตุลาคม 2559

สถานการณ์ด้านการรู้ทันสื่อในระดับนานาชาตินั้น องค์การ UNESCO (2013) ได้พัฒนากรอบการประเมินการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ โดยกำหนดแนวทางการวัดออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับความพร้อมของประเทศ กับระดับสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ซึ่งได้กำหนด The MIL Competency Matrix โดยกำหนดองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 3 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการเข้าถึงสื่อ (access) กระบวนการเข้าใจ วิเคราะห์ ตีความ และประเมินเนื้อหาของสื่อ (evaluation) และกระบวนการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ และมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ (creation)

จากเหตุการณ์สำคัญทางการเมืองที่มีความเข้มข้นรุนแรง การเปลี่ยนแปลงของ ยุคสมัยแห่งโทรทัศน์ไทยสู่ระบบดิจิทัล การก้าวเข้าสู่ยุคโลกดิจิทัลและสื่อออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้บริโภคสื่อและการปรับตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อ รวมทั้งการส่งเสริมด้านการรู้เท่าทันสื่อในระดับสากล งานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อ ในช่วงเวลาดังกล่าวมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นมากเช่นกัน โดยระหว่างปี พ.ศ. 2555-2559 มีจำนวน 67 เรื่อง (ร้อยละ 55.83) หรือครึ่งหนึ่งของจำนวนงานวิจัยทั้งหมดในการสำรวจ สถานภาพงานวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนี้ สังเกตได้ว่าประเด็นที่ศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา มีความหลากหลายในประเด็นมากขึ้น ไม่กระจุกอยู่เพียงเรื่องของพฤติกรรมการใช้แต่ขยายไปในเรื่องของผลกระทบ นโยบาย ปัจจัยต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่อ รวมไปถึงการสร้างเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อวัดและประเมินผล ตลอดจนเครื่องมือในการเสริมสร้างและพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อในบริบทต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อออนไลน์นอกจากนี้ในการศึกษามิติการรู้เท่าทันสื่อ ยังมีการนำเอาแนวคิดในลักษณะของบูรณาศาสตร์มาร่วมได้ ไม่เพียงองค์ความรู้ทางการสื่อสาร เช่น ศาสตร์ด้านการสอน ศาสตร์ทางพระพุทธศาสนา ฯลฯ

4) พ.ศ. 2560-2561

เหตุการณ์สำคัญในแง่ของสื่อที่เกิดขึ้น คือ แวดวงสื่อมวลชนต้องเผชิญกับผลกระทบของการควบคุมสื่อที่เข้มข้น และสภาวะกดดันจาก Digital Disruption พฤติกรรมผู้อ่านเปลี่ยนไปเสพสื่อออนไลน์ที่ฟรีและรวดเร็วกว่า ควบคุมกับปัญหาเศรษฐกิจ ทำให้สื่อมียอดขายบิณยณาลดลง บริษัทสื่อขนาดใหญ่ปรับลดขนาดองค์กร ลดพนักงาน สื่อสิ่งพิมพ์มีการเลิกกิจการหรือปรับรูปแบบ

ส่วนพฤติกรรมการใช้สื่อของคนในสังคมสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมดิจิทัล มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งในวันหยุดและวันทำงานมากขึ้นเรื่อย ๆ กิจกรรมที่นิยมทำเมื่อใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ การใช้โซเชียลมีเดีย การค้นหาข้อมูล การรับส่งอีเมล การดูทีวีและฟังเพลงออนไลน์ และการซื้อสินค้าออนไลน์ ที่เพิ่มขึ้นจากอันดับ 8 ในปี 2559 เป็นอันดับ 5 ในปี 2561 แสดงถึงการเติบโตของอีคอมเมิร์ซ นอกจากนี้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเจ้าของอุปกรณ์ดิจิทัลมากขึ้นจึงสามารถเข้าถึงได้สะดวกเดินทางและทำให้ใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์ได้สะดวกมากขึ้น

ส่วนเหตุการณ์ทางการเมืองที่สำคัญของปี พ.ศ. 2560 คือ เป็นปีที่ประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ที่ผ่านมาการทําประชามติ เพื่อเตรียมดินหน้าสู่การเลือกตั้ง คืนเสรีภาพให้ประชาชนตามระบอบประชาธิปไตย

สองปีสุดท้ายของการสถานภาพความรู้การวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยครั้งนี้ เกิดขึ้นบนสื่อในยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว มีงานวิจัยเรื่องการรู้เท่าทันสื่อในช่วงเวลานี้ทั้งสิ้นจำนวน 22 เรื่อง (ร้อยละ 18.33) โดย 12 เรื่องมุ่งศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ และสื่อดิจิทัล (digital literacy) โดยเฉพาะ เห็นได้ว่าแนวโน้มของการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อในยุคหลังได้ขยายไปสู่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งยังต้องการการส่งเสริมความรู้และทักษะในการใช้สื่อดิจิทัลในประเด็นปัญหาใหม่ ๆ จากการใช้มากขึ้น นอกจากนี้ สืบเนื่องมาจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยของประชากรไทยที่เริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ทำให้มีงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มผู้สูงวัยเพิ่มขึ้นมาอีกด้วย



ภาพที่ 1 แสดงความเปลี่ยนแปลงของสถานภาพความรู้การวิจัยการรู้เท่าทันสื่อ
ในระยะเวลา 2 ทศวรรษ ผ่านการแบ่งออกเป็น 4 ยุคสมัยที่สำคัญ

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

เมื่อพิจารณาจากสถานะขององค์ความรู้การวิจัยเท่าที่ค้นพบในช่วงเวลา พ.ศ. 2540 ถึง 2561 ได้ข้อค้นพบดังนี้

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อ

ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสารมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อ เนื้อหาสาร ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรของผู้รับสารที่ทำการศึกษารวมถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่พบในภาพรวม คือ ความรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีทักษะการสืบค้น แต่ยังขาดทักษะในการวิเคราะห์ ประเมินค่า และสร้างสรรค์ ขณะที่ความรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงวัย มีปริมาณงานวิจัยกล่าวถึงไม่มากนัก แต่จากที่มีนั้นค้นพบว่า มีทักษะการเข้าถึงข้อมูลผ่านระบบออนไลน์เพียงแค่ว่าบางแอปพลิเคชัน (ไลน์) รวมถึงการรู้เท่าทันและการใช้ประโยชน์จากออนไลน์ในระดับน้อย ตัวอย่างงานวิจัยเช่น สุภาณี แก้วมณี (Kaewmanee, 2004) พบว่าการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อขึ้นการตระหนักขึ้นความเข้าใจ ขึ้นวิเคราะห์สารทางบวกในระดับต่ำ ส่วนนักศึกษาที่มีพฤติกรรมหลังการอ่าน เช่น วิเคราะห์ข่าวกับคนรอบข้าง มีการรู้เท่าทันสื่อมากกว่านักศึกษาที่ไม่มีพฤติกรรมหลังการอ่าน นอกจากนี้ศึกษาด้านสื่อสารมวลชนมีการรู้เท่าทันสื่อมากกว่านักศึกษาในสาขาอื่น ส่วนงานของ Kleechaya (2013) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเนื้อหา วิเคราะห์เนื้อหา การประเมิน และวิพากษ์สื่อกระแสหลักในระดับสูง แต่ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาในสื่อมีระดับต่ำถึงปานกลาง ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อคือ อายุ เพศ การศึกษา การพูดคุยเรื่องสื่อในครอบครัว การได้รับการอบรมเรื่องสื่อ และจำนวนประเภทสื่อที่เปิดรับในแต่ละวัน

2. การศึกษาเนื้อหาสื่อ

ประเภทเนื้อหาสื่อที่มีข้อค้นพบทางการศึกษาจำนวนมาก คือ สื่อโฆษณา เนื่องจากมองว่าสื่อโฆษณามีเนื้อหาที่ชักจูง โน้มน้าวใจผู้บริโภค ด้วยเทคนิคและรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย อีกทั้งในปัจจุบัน มีผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะตามกระแสนิยมของผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นการโฆษณาที่เกินขอบเขตที่กฎหมายอนุญาต ผลการวิจัยโดยภาพรวมความสอดคล้องกันว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีความรู้เท่าทันสื่อโฆษณาในระดับปานกลางจนถึงมาก เข้าใจรูปแบบการนำเสนอโฆษณา สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างโฆษณาและโฆษณาแฝงได้ ทราบถึงเป้าหมายในการขายสินค้า และทราบผลกระทบด้านค่านิยมที่โฆษณามีต่อสังคม

ในการศึกษาการรู้เท่าทันในบริบทออนไลน์ พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง สามารถรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต และมีพฤติกรรมป้องกันตนเอง ทั้งนี้ การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่พบผลที่แสดงความสัมพันธ์ที่ชัดเจน จึงไม่สามารถสรุปความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรด้านการรู้เท่าทันสื่อ กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้ ตัวอย่างงานวิจัยที่ศึกษาการรู้เท่าทันในบริบทออนไลน์ เช่น Suna (2013) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีในด้านการรู้เท่าทันผู้ส่งสาร การรู้เท่าทันเนื้อหาของสื่อ การรู้เท่าทันการใช้สื่อ และการรู้เท่าทันผลการใช้สื่อ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่นักศึกษาเห็นว่าจะช่วยให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์คือ การมีสติ คิดไตร่ตรอง ยั้งยั้ง ชั่งใจ รองลงมาคือ คำแนะนำ และคำเตือนจากผู้ปกครองและเพื่อน ๆ

3. ผลกระทบที่หลากหลาย

ในการศึกษาเชิงผลกระทบ พบผลการศึกษาย่างหลากหลาย เช่น ผลกระทบต่อการเรียนจากปริมาณการใช้ที่มาก ขาดวุฒิภาวะในการเข้าถึงสื่อเกม ส่วนระดับผลกระทบจากสื่อเกิดขึ้นมีทั้งในระดับไม่มากนัก และกลุ่มเป้าหมายยังแสดงให้เห็นว่ามีความรู้เท่าทันในระดับมาก ซึ่งผลการวิจัยในลักษณะนี้สืบเนื่องจากการทำแบบสอบถามและประเมินตนเองของกลุ่มที่ถูกทำการศึกษา (Sansadaeng, 2007) ผลกระทบในระดับปานกลาง และการรู้เท่าทันในระดับปานกลางโดยเน้นไปยังกลุ่มประชากรระดับเยาวชน (Papun, 2014) และงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่ายังมีกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้เท่าทันสื่อในระดับต่ำ ซึ่งมีไม่มากนัก (Bovornboriharn, 2005)

4. การศึกษาในเชิงนโยบาย

ข้อค้นพบจากนโยบายการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ นโยบายที่ส่งเสริมให้เกิดความรู้เท่าทันสื่อที่มาจากตัวชุมชน คนรอบข้าง และตัวของผู้ใช้สื่อเอง ทั้งในแง่ของการส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความรับผิดชอบร่วมกัน การใช้การสื่อสารเชิงพุทธโดยเน้นปัญญา สำนึก และความรับผิดชอบ การมีกฎหมายและการบังคับที่ได้ผล สร้างความสามารถให้แก่ผู้รับสาร แยกแยะโฆษณาและความเป็นจริง ตลอดจนรู้จักการตรวจสอบและตั้งคำถามอย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอเชิงนโยบายที่มุ่งเน้นไปยังการป้องกันการก่ออาชญากรรมทางอินเทอร์เน็ต และการปลูกฝังให้บุคคลมีความรู้เท่าทันตั้งแต่ระดับอนุบาล

ตัวอย่างงานศึกษา ของ Duangrat et.al (2016) ศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการรู้เท่าทันการสื่อสารกับการปฏิรูปการสื่อสาร และการเป็นพลเมืองตามระบอบประชาธิปไตย โดยชี้ว่าทุกแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อมีจุดมุ่งหมายของการพัฒนาสมรรถนะของการรู้ในด้าน

การสื่อสารสู่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นทุนทางสังคม การพัฒนาประเทศไม่ให้เป็นเพียงผู้บริโภคลือแต่ให้เป็นพลเมืองตามระบอบประชาธิปไตยผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าเห็นว่าควรกำหนดให้การรู้เท่าทันการสื่อสารเป็นนโยบายระดับชาติเป็นเรื่องที่ต้องแก้ไข และขับเคลื่อนในระดับมหภาค ซึ่งปัจจุบันการรู้ทันการสื่อสารได้ถูกกำหนดเป็นเป้าหมายและแผนงานในยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเพื่อมุ่งสู่การปฏิรูปประเทศสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ โดยมีเป้าหมายให้ทุกคนมีความตระหนักรู้ ความเข้าใจ ทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์ (digital literacy) รวมถึง ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และแยกแยะข้อมูลข่าวสารในสังคมดิจิทัลที่เปิดกว้างและเสรี

5. การพัฒนาและทดสอบชุดเครื่องมือ

งานวิจัยที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับการพัฒนาและทดสอบเครื่องมือเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ โดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปยังระดับเด็กและเยาวชน ผ่านชุดฝึกอบรม โครงการอบรมและหลักสูตรในการเรียนการสอน โดยมีทั้งการกล่าวถึงประเด็นทั่วไป และประเด็นเฉพาะทาง เช่น ผลกระทบต่อเสริมอาหาร กลุ่มแรงงาน การใช้ดนตรี และผู้มีวิชาชีพพยาบาล นอกจากนี้ยังมีการสร้างหลักสูตรเพื่อผู้สอนทางด้านการรู้เท่าทันสื่อ เช่น หลักสูตรสำหรับครู หรือนิสิตในหลักสูตรครู ในจำนวนไม่น้อยอีกด้วยเช่นงานของ สุภัททิยา ใจองอาจ (Jaiongart, 2018) ศึกษาผลของโปรแกรมกิจกรรมแนะแนว ตามแนวคิดการเรียนรู้แบบร่วมมือเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านแพรกประชาสรรค์ ส่วน Sathum and Wattanatorn (2018) ศึกษาถึงการพัฒนหลักสูตรพัฒนาครูโดยใช้การโค้ชเชิงบวกเพื่อพัฒนาหลักสูตรการบริโภคสื่ออย่างรู้เท่าทัน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ

6. การพัฒนาองค์ความรู้

ในงานวิจัยเชิงพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการนิยามการรู้เท่าทันสื่อ และคุณลักษณะของการรู้เท่าทันสื่อ พบว่าแกนหลักสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ การมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อ ความสามารถในการวิเคราะห์ และการรู้จักนำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ โดยเมื่อต้องนิยามให้ครอบคลุมความคิดและทักษะของบุคคล ได้แก่ การเข้าถึง การตระหนักในผลกระทบ ความรู้เกี่ยวกับสื่อและบริบท ความเข้าใจในบทบาท กระบวนการ และผลกระทบ การประเมินค่าการสร้างสรรค์การโต้ตอบและวิจารณ์กลับเป็นต้น (เช่น Pienrungrroj, 2000; Chaochai, 2013)

องค์ความรู้เกี่ยวกับองค์การในการตรวจสอบสื่อ ในฐานะกระบวนการสร้างความรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ การสร้างมาตรฐานตรวจสอบที่ชัดเจน สร้างประเด็นตรวจสอบให้เป็น

วาระสังคม ถ่ายทอดความรู้ และสร้างเครือข่ายส่งเสริมและตรวจสอบสื่อในเชิงจริยธรรม (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2559)

7. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการรู้เท่าทันสื่อ

ในการศึกษากลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ลักษณะประชากรเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ เช่น อายุที่มาก หรืออายุช่วงวัยทำงาน จะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อที่มากขึ้นด้วย (เช่น Panusbordee, 2013; Kleechaya, 2013; Chirasopone et al., 2016) เพศชายมีระดับการรู้เท่าทันสื่อมากกว่าเพศหญิง (เช่น Kaewsutthi, 2010.; Rusmeeviengchai & Surasondhi, 2012) ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นจะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อที่มากขึ้น (เช่น Pratuengsooklert, 2006; Tansuwannond, 2014; Panusbordee & Panusbordee, 2017.; Pakdeemolchon & Rattanasimakul, 2017) ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการอ่าน (Sithkhuntod, 2008) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรู้เท่าทัน (Onta, 2017) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยอีกส่วนให้ผลที่ไม่สอดคล้อง เช่น เพศ และสถานภาพทางบุคคลไม่ได้เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ (เช่น Khantuwana, 2007; Bovornboriharn, 2005)

สำหรับปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพ ทักษะคิด และทักษะการคิด พบว่า มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ เช่น คนมีบุคลิกแสวงหาข้อมูลเองและวิเคราะห์เอง จะมีความรู้เท่าทันสื่อ ผู้มีบุคลิกภาพหวั่นไหวจะมีโอกาสรู้ไม่เท่าทัน ผู้มีเจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ จะมีความรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด นอกจากนี้ ปัจจัยคนรอบข้างมีส่วนทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ อันได้แก่ ผู้ปกครอง ครอบครัว โรงเรียน และเพื่อน (เช่น Surasondhi, 2012; Komanee et al., 2017; Krutasaen, 2013)

8. ข้อเสนอแนะในการศึกษาด้านรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งทวีความสลับซับซ้อนขึ้น

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากการสนทนากลุ่มชี้ว่าการรู้เท่าทันสื่อในสังคมไทย มีความสลับซับซ้อนมากขึ้นกว่าในอดีต และยังไม่อาจประเมินได้ว่าแท้จริงแล้วมีความรู้เท่าทันกันในระดับใด อย่างไรก็ตาม ระดับความรู้เท่าทันตามระดับของ Bloom ที่แบ่งเป็น 4 ระดับนั้น สังคมไทยมีความรู้เท่าทันในระดับแรก คือ สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการได้ แต่ยังไม่ถึงในระดับความสามารถทางการวิเคราะห์ ประเมินค่า และสร้างสรรค์

การศึกษาในส่วนของผู้รับสารควรจะมีการปรับตัวในอนาคต เพราะบทบาทของผู้รับสารนั้น เปลี่ยนไปจากเดิม จากสถานะผู้ตั้งรับ เป็นผู้แสวงหาอย่างกระตือรือร้น ท่ามกลางภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป

ประเด็นทางการศึกษาด้านรู้เท่าทันสื่อ ที่ควรเพิ่มเติมต่อไปในอนาคตจากทัศนะของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหลากหลายวิชาชีพ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก เริ่มมีการศึกษากันไปบ้างแล้ว ได้แก่ การศึกษาในบริบทดิจิทัล กลุ่มผู้สูงวัย และความแตกต่างของช่วงวัย (generations) รวมถึงประเด็นร่วมสมัย ได้แก่ การกลั่นแกล้งออนไลน์ และการสื่อสารด้วยความเกลียดชัง

ส่วนกลุ่มที่ 2 มาจากข้อสังเกตของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ในฐานะผู้สนใจศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ ความรู้เท่าทันของผู้นำเสนอเนื้อหา (ผู้ทำหน้าที่สื่อและสร้างเนื้อหา) การเจาะลึกลงในแวดวงอาชีพต่าง ๆ และช่วงวัยต่าง ๆ การใช้หลักระดับความรู้เท่าทันสื่อ 4 ระดับ ของ Bloom เพื่อดูว่า บุคคลแต่ละกลุ่มรู้เท่าทันสื่อระดับใด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอบรม ตลอดจนการใช้แนวคิดทฤษฎี และมุมมองใหม่ ๆ ที่ทันสมัย เช่น Digital Quotient, Transmedia Literacy ที่ค่อนข้างใหม่สำหรับแวดวงวิชาการไทย ไปจนถึงการพัฒนาตัวชี้วัดใหม่ ๆ

9. การเผยแพร่ความรู้จากการวิจัย

ในอดีตอาจจะมีข้อจำกัดที่เผยแพร่ในรูปแบบตัวเล่มงานวิจัยและวารสารทางวิชาการ แต่ปัจจุบัน ช่องทางการเผยแพร่และการสร้างเสริมความรู้เท่าทันสื่อ สามารถทำได้อย่างหลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม ทั้งการใช้ประโยชน์ออนไลน์ การใช้กรณีศึกษาหรือการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานและสถาบัน

10. ภาพรวมในด้านความเปลี่ยนแปลงของงานวิจัยรู้เท่าทันสื่อช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา

ปัจจัยที่ทำให้เกิดงานวิจัยด้านรู้เท่าทันสื่อในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา(พ.ศ. 2540-2561) ได้แก่ การที่ภูมิทัศน์ทางการสื่อสารของประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเริ่มจากจุดเปลี่ยนที่สำคัญ อันสืบเนื่องมาจากรัฐธรรมนูญ ฉบับ พ.ศ. 2540 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพของสิทธิทางการสื่อสารของประชาชนไทย ซึ่งมีส่วนสำคัญให้เกิดการเผยแพร่และการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร อันเป็นเหตุให้ผู้สื่อสารต้องอาศัยความรู้ ทักษะและวิจารณญาณในการคัดกรองและเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยลำดับถัดมา คือ การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เรียกกันว่า สื่อใหม่ ซึ่งได้กลายเป็นที่นิยมใช้ของประชาชนอย่างแพร่หลายและยังหลายกำแพงของลักษณะการสื่อสารฝั่งเดียว (จากสื่อหลัก) โดยเปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบระหว่างกัน ผู้ใช้เป็นผู้สร้างเนื้อหาและนำเข้าระบบได้เอง (user-generated content)

นอกจากที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว เมื่อพิจารณาจากงานวิจัยที่เกิดขึ้น จะพบว่า งานวิจัยที่มีลักษณะของการศึกษานาโดใหญ่ และได้รับการอ้างอิงอยู่เสมอในงานอื่น ๆ มักจะเป็นผลงานที่เกิดจากการให้ทุนอุดหนุนวิจัยของสถาบันต่าง ๆ เช่น ทุนของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ทุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ตลอดจนถึงทุนของสถาบันทางการศึกษาต่าง ๆ อันถือว่า การสนับสนุนทุนและแนวทางการให้ทุน มีผลต่อการเกิดงานวิจัยจำนวนมาก

11. งานวิจัยกับการขับเคลื่อนเชิงนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลง

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ อาจแยกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่เข้ากับคำสำคัญ (keywords) ในการค้นหา ซึ่งรวบรวมได้ทั้งสิ้น 120 ชิ้น กับกลุ่มที่แม้จะไม่ตรงกับคำสำคัญเสียทีเดียว เช่น ไม่ตรงลักษณะของความเป็นงานวิจัย หรือยากต่อการสืบค้นตามระเบียบวิธีวิจัย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาแล้วอาจนับเข้ามาร่วมอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

งานวิจัยที่ส่งผลต่อการอ้างอิงในงานวิจัยยุคถัดมาและการขับเคลื่อนสังคม มักจะเป็นงานวิจัยที่เก็บข้อมูลขนาดใหญ่ ชุดความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ และการเปิดประเด็นใหม่ ที่การวิจัยในยุคนี้ยังไม่เคยทำมาก่อน ทั้งนี้ การขับเคลื่อนสำคัญจากการวิจัย มักจะเกิดขึ้นในฐานะของการผนวกเข้ากับชุดโครงการที่ทำอย่างต่อเนื่องของกลุ่มหรือสถาบัน เช่น กลุ่มมูลนิธิการศึกษาเพื่อสร้างพลเมืองไทย (Thai Civic Education) ที่เล่นประเด็นเรื่องการศึกษา กับพลเมืองประชาธิปไตยสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) ที่มุ่งเน้นไปยังสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่มุ่งเน้นไปยังสื่อและสุขภาพ สำนักงานคณะกรรมการการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่มุ่งเน้นการรู้เท่าทันสื่อในเชิงนโยบายและให้ความรู้ เป็นต้น

ภาพรวมของการศึกษาสถานภาพความรู้การวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2560 ดังแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อ ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อบุคคลและสังคม และข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้น เพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในบริบทสังคมไทย องค์ความรู้ ความเข้าใจที่เกิดจากการศึกษานี้จะช่วยให้เห็นทิศทางและพื้นที่ทางการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อในอนาคตที่ชัดเจนมากขึ้น รวมถึงการแสดงให้เห็นความสำคัญของการเพิ่มเติมความรู้จากการศึกษาบทบาทของการรู้เท่าทันสื่อที่มีขอบเขตคำนิยามที่ครอบคลุม

กว้างขึ้นในฐานะที่เป็นตัวแปรแทรกกลางที่มีอิทธิพลในการสร้างพฤติกรรมหรือผลทางบวก และลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์หรือผลทางลบลงได้ และการรู้เท่าทันสื่อ ในฐานะปัจจัยสำคัญที่สามารถลดการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด (misinformation) และทำให้เกิดบริบทการสื่อสารที่สร้างสรรค์และถูกต้องได้



ภาพที่ 2 แสดงแบบจำลองอธิบายภาพรวมการศึกษากี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ที่พัฒนาจากการศึกษาสถานภาพองค์ความรู้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

จากการสำรวจงานวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อเป็นระยะเวลา 2 ทศวรรษ พบว่า งานที่มีลักษณะซ้ำซ้อนและไม่ทันสมัย อันถือว่าเป็นการทำในบริบทปัจจุบัน ได้แก่

- การศึกษาที่ยังใช้แนวคิดทฤษฎีแบบเก่า (แนวคิดรู้เท่าทันสื่ออย่างกว้าง โดยไม่ได้มีการเพิ่มประเด็นหรือบริบทเฉพาะด้าน) ควรปรับโดยใช้แนวคิดรู้เท่าทันสื่อที่สอดคล้องกับปัจจุบัน เช่น การรู้เท่าทันสื่อในสังคมยุคดิจิทัล ตลอดจนสร้างบริบทการศึกษาที่ทันสมัยและมีความหลากหลาย เช่น แนวคิดเรื่องสื่อสตรีมมิ่งอย่าง OTT

- การศึกษาที่เน้นไปยังกลุ่มของเด็กและเยาวชนแบบภาพรวม หรือเน้นไปยังกลุ่มมัธยมและอุดมศึกษา ที่ไม่ได้มีลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่แปลกใหม่น่าสนใจ ควรปรับโดยสร้างลักษณะเฉพาะของเด็กและเยาวชน เช่น เด็กและเยาวชนที่มีลักษณะความสนใจแตกต่างออกไปอย่าง ดันแบบนักกีฬา e-sport ในมหาวิทยาลัย

- การศึกษาที่เน้นไปยังสื่อเก่า เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ควรปรับโดยเพิ่มบริบทที่น่าสนใจเข้าไป เช่น การปรับวิทยุกระจายเสียงเป็น podcast

- การศึกษาที่เน้นไปยังผลกระทบและการรู้เท่าทันเนื้อหาโฆษณา ควรเพิ่มบริบทที่น่าสนใจเข้าไป เช่น โฆษณาแฝงที่มักกับภาวะวิกฤตโรคระบาด

- การศึกษาที่เน้นไปยังสื่อออนไลน์ และดิจิทัล ที่มีลักษณะเป็นภาพรวม ควรเพิ่มบริบทเฉพาะด้าน หรือกลุ่มเป้าหมายที่แปลกใหม่ เช่น กลุ่มเจนเนอเรชั่น C

- ชุดคู่มือการสอน อบรม และหลักสูตร ที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในแบบเก่า การปรับให้มีบริบทดิจิทัลเป็นอย่างน้อย

- การออกแบบวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ควรมีการผสมวิธีอื่น ๆ เช่น การสนทนากลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยพบว่าในบริบทของการรู้เท่าทันสื่อนั้น ลักษณะงานที่สมควรสนับสนุนให้เกิดการศึกษาวิจัยในอนาคต ได้แก่

- ในกลุ่มของกลุ่มผู้ใช้และผู้รับสาร ควรเน้นความรู้เท่าทันสื่อในช่วงวัยที่หลากหลาย (generation) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษากับ ผู้สูงวัยเพื่อตอบโจทย์การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ตลอดจนถึงเน้นภูมิทัศน์ใหม่ของผู้ใช้งานสื่อ โดยมองบทบาทว่าไม่ใช่ “ผู้รับ” (passive) แต่เป็น “ผู้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสาร” (active) ตลอดจนการศึกษาความรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มที่มีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ผู้ผลิตเนื้อหาสื่อ การศึกษาความรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มบุคคลเฉพาะด้าน เช่น กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มเด็กเล็ก

- ในกลุ่มของแนวคิดและทฤษฎี ควรใช้แนวคิดทฤษฎีและมุมมองใหม่ ๆ ที่ทันสมัย เช่น Digital Quotient, Transmedia Literacy ไปจนถึงการพัฒนาตัวชี้วัดใหม่ ๆ สำหรับบริบทไทย นอกจากนี้ ยังควรมุ่งเน้นหาคำตอบจากทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 2 ถึง 4 ของ Bloom อันได้แก่ ความสามารถในการวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ผลิตสื่อ

- ในกลุ่มของเนื้อหาการศึกษาในบริบทดิจิทัล การกลั่นแกล้งออนไลน์ และการสื่อสารด้วยความเกลียดชัง ตลอดจนถึงการรู้เท่าทันสื่อที่เกี่ยวกับภาพยนตร์

References

- Bovornboriharn, C. (2005). **Internet Literacy, Risk Assessment and Self-Defense Behavior of High-School Students in the Bangkok Metropolitan Administration Area (BMA)**. Master of Arts in Journalism, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Chaochai, K. (2013). **Development and Movement of Media Literacy Concept in Thailand**. Master of Arts in Mass Communication, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. (in Thai)
- Child and Youth Media Institute & Thai Civic Education Center. (2016). Framework of the Development of Curriculum for Media, Information, and Digital Literacy for Building Democratic Citizens. In *Development of Framework and Curriculum for Media, Information, and Digital Literacy for Advocating Democratic Citizenship*. Conference material, Bangkok: Mandarin Hotel. (in Thai)
- Chirasopone, P, et al. (2016). **Communication Literacy in Digital Age and Its Role in Guiding the Direction of Communication Reform in Thai Society** (Research Report). Dhurakij Pundit University. (in Thai)
- Full Fact, Africa Check, & Chequeado. (2020, February). **Media and information literacy: Lessons from interventions around the world (2020)**. Retrieved October 10, 2020, from <https://fullfact.org/media/uploads/media-information-literacy-lessons.pdf>
- Jaiongart, S. (2018). **The results of the guidance activity program based on the concept of cooperative learning to develop media literacy of students in secondary education year 6th at Ban Phraek Prachasan School**. Independent Study of Master of Education in Psychology and Guidance, Faculty of education, Kasetsart University. (in Thai)
- Jeong S, Cho H, Hwang Y. *Media literacy interventions: a meta-analytic review*. **J Commun**. 2012 Jun 01;62(3):454–472. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01643.x. - DOI - PMC – PubMed. Retrieved October 10, 2020, from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22736807/>

- Kaewmanee, S. (2004). **Newspaper literacy :a case study of undergraduate students in Bangkok**. Master of Arts in Mass Communication, Faculty of journalism and mass communication, Thammasat University. (in Thai)
- Kaewsutthi, S. (2010). **Internet use, behavior, media literacy and self-defense behavior against privacy right violation**. Master of Arts in Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Khantuwan, W. (2007). **Alternative : Media literacy of KhonKaen University students**. (Research Report). Faculty of Humanity and Social Science, KhonKaen University. (in Thai)
- Kleechaya, P. (2013). **Mass Mainstream Media Literacy of Bangkok People**. (Research Report). Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Koltay T. (2011). *The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy*. **Media Culture & Society**, 33(2), 211–221. Retrieved October 10, 2020, from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443710393382>
- Komanee, N., Leesattrupai, C. & Vanno, V. (2017). *The Factors Related to The Critical Social -Media ReceivingBehavior of Freshman Students at Srinakharinwirot University*. **Journal of Behavioral Science for Development**. 9(1), 21-40. (in Thai)
- Krutasaen, A. (2013). The Development of the Media Literacy Learning's Process Approach for the Youth Leader. **Veridian E-Journal Scholarly Journal**, 6(3), 276-285. (in Thai)
- Media Literacy: Resource Guide, Intermediate and Senior Divisions, 1989**. (1989). Toronto: Ministry of Education, Ontario.
- Onta, M. (2017). **The Social Media Exposure and the Ability for Social Media Literacy of Vocational Students in KampharndPhet Province**. Master of Arts in Communications, Rangsit University. (in Thai)
- Pakdeemolchon, A & Rattanasimakul, K. (2017). Factor impacting media-literacy on sex among undergraduatelstudents in Chiang Rai and Chiang Mai. **Journal of Management Sciences Rajabhat University**, 12 (2), 184-204. (in Thai)
- Panusbordee, S & Panusbordee, S. (2017). Television Direct Sales Programs and Media Literacy of People in the Bangkok Metropolitan Area. **Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University**, 7 (2), 87-95. (in Thai)

- Panusbordee, S. (2013). Relationships between Personal Factors and Exposure Behaviors and Media Literacy: A Case Study of Cartoon Television Program of Upper Primary School Students in Bangkok Metropolitan Region. **Journal of Southern Technology**, 6(1), 1-12. (in Thai)
- Pienrungroj, A. (2000). **Conceptual studies for determining media cognitive variables for mass communication research**. Master of Arts in Mass Communication, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. (in Thai)
- Pratuengsooklert, S. (2006). **Thai people's perception of the importance regarding media literacy in the globalized era**. Master of Arts. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Ramasoota, Pirongrong, Siriyuwasak, Ubonrat&Yoonaitam, Sutham. (2007). **Communication Rights in Thailand :Communicating in the Public Sphere**. Retrieved October 10, 2019, from http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=MRG4880212 (in Thai).
- Rusmeeviengchai, A. & Surasondhi, K. (2012). **Being cognizant of advertising media of secondary school students In the Chumchonprachathipatwitayakarnschool (Research Report)**. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. (in Thai)
- Sathum, P & Wattanatorn, A. (2018). *The Development of Teacher Professional Development Curriculum Using Positive Coaching to Construct Curriculum for Media Consumption with Media Literacy Based on the Sufficiency Economy*. **Journal of Education Naresuan University**. 20(1), 112-125. (in Thai)
- Sithkhuntod, W. (2008). **Development of a causal model of media literacy of ninth grade students in schools under the Office of the Basic Education Commission in Bangkok metropolis**. Master of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Suna, N. (2013). **Media literacy on online media using of undergraduate students Majoring in Digital Communications**. Master of Arts in Communications, Faculty of Information and Communication, Maejo University. (in Thai)
- Surasondhi, K. (2012). **Media Literacy and Political Participation**. Dhurakij Pundit Communication Arts Journal. 6(2), 43-62. (in Thai)

- Tansuwannond, C. (2014). **The Relationship between Advertising Media Literacy and Consumerism Behavior of Youth in Bangkok** (Research Report). SuanDusit University. (in Thai)
- Vahedi Z., Sibalis A., Sutherland J. E. (2018). *Are media literacy interventions effective at changing attitudes and intentions towards risky health behaviors in adolescents? A meta-analytic review*. **J. Adolesc.** 67 140–152. 10.1016/j.adolescence.2018.06.007 - DOI – PubMed. Retrieved October 10, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/326089230_Are_media_literacy_interventions_effective_at_changing_attitudes_and_intentions_towards_risky_health_behaviors_in_adolescents_A_meta-analytic_review
- Xie, X. , Gai, X. , & Zhou, Y. (2019). *A meta-analysis of media literacy interventions for deviant behaviors*. **Computers & Education**, 139, 146–156. Retrieved October 10, 2020, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S036013151930123X>