

ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทย ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป

เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ*
ณรงค์ ขำวิจิตร*

Abstract

C This research aims to study the level of media literacy, dimensions of media literacy as well as factors that influence level of media literacy of Thais. The study intends to identify issues suggestions pertinent to media literacy level development of Thais under the changing media landscape.

Research methodology, an integrated method of qualitative research and qualitative research are used. Quantitative research method is a survey by questionnaire with a sample of television audiences across the country total 1,200 people and qualitative research method is a focus group on television audience of 6 groups and in-depth interviews with 15 experts.

The research results are reported in three parts as following:

The first part reports the status of current television landscape in Thailand after media reform, regulatory structure transformation, and changes in media technology. It has been found that three main elements are transforming the television landscape; broadcasting regulator, television industry, and television users.

The second part, the study found that the level of media literacy of Thai people is rather low. Demographic characters, with the exception of sex, have influence over or correlated with media literacy. Television usage pattern also found to be influencing. People living life in the new media landscape has higher level of media literacy than those living life in the old media landscape. The active audiences have higher level of media literacy than the passive audiences. The Heavy users higher level of media literacy than the light users. Focus group

* เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ (นศ.ด. นิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557) และณรงค์ ขำวิจิตร (นศ.ด. นิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป” หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ ขำวิจิตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

interview generally confirmed the rather low level of media literacy found in survey results. Study also provides the media landscape under the view of focus group participants.

The third part, to help develop media literacy among Thai people, the study found the issues that should receive priority are; 1. Media users lack media literacy, especially in the dimension of changing landscape. 2. Users unaware of the important and necessity of media literacy. 3. Lack of program variety in viewers' viewing pattern, and focusing mainly on entertainment and news talk only. 4. Users social environment is not conducive to media literacy promotion.

Keyword: Media literacy, Telecison user, Television landscape

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงระดับความรู้เท่าทันสื่อและมิติของการรู้เท่าทันสื่อและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งเพื่อทราบประเด็นที่ควรได้รับความสำคัญสำหรับการสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ระเบียบวิธีวิจัย ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีวิจัยเชิงปริมาณคือ การสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนผู้ชมโทรทัศน์ทั่วทุกภาคของประเทศไทย รวมจำนวน 1,200 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ คือการสนทนากลุ่มกับประชาชนผู้ชมโทรทัศน์จำนวน 6 กลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ 15 คน

ผลการวิจัย แบ่งออกเป็นสามส่วน ส่วนแรก รายงานสภาพภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ของประเทศในปัจจุบัน หลังการปฏิรูปสื่อ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการกำกับดูแลและการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสื่อ พบว่าภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 3 ส่วน

ส่วนที่หนึ่ง ได้แก่

1. องค์การกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

2. อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์

3. ประชาชนผู้ใช้สื่อโทรทัศน์

ส่วนที่สอง พบว่าประชาชนผู้ใช้สื่อโทรทัศน์มีความรู้เท่าทันสื่อในระดับค่อนข้างต่ำ และปัจจัยด้านประชากรยกเว้นลักษณะทางเพศมีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลและมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เท่าทันสื่อ รูปแบบการใช้สื่อโทรทัศน์มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อใหม่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อเก่า ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์แบบกระตือรือร้นมีระดับความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้ใช้สื่อโทรทัศน์แบบเฉื่อยชา และผู้ใช้สื่อโทรทัศน์มากมีระดับความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้ใช้สื่อโทรทัศน์น้อย ผลจากการศึกษาด้วยวิธีสนทนากลุ่มยืนยันเรื่องความรู้เท่าทันสื่อค่อนข้างต่ำของผู้เข้าร่วมสนทนาและให้ภาพภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ในมุมมองของผู้ร่วมสนทนา

ส่วนที่สาม ประเด็นที่ควรได้รับความสำคัญสำหรับการสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ ได้แก่

1. ผู้ใช้สื่อขาดความรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะในมิติเรื่องภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ผู้ใช้สื่อไม่ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของการรู้เท่าทันสื่อ

3. ผู้ใช้สื่อมีพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหารายการไม่หลากหลาย เน้นรับชมรายการบันเทิงและรายการเล่าข่าวเป็นหลัก

4. ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมของผู้ชมไม่ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ

คำสำคัญ: ความรู้เท่าทันสื่อ, ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์, ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์

บทนำ

เหตุการณ์ความรุนแรงที่ประชาชนเคลื่อนไหวประท้วงรัฐบาลพลเอกสุจินดา คราประยูร ในปี พ.ศ. 2535 ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของสื่อไทย ความขัดแย้งทางการเมืองที่นำมาสู่การชุมนุมประท้วงของนักศึกษาและประชาชน ตามมาด้วยการปราบปรามและการใช้สื่อของรัฐเพื่อควบคุมข้อมูลข่าวสารในขณะเกิดเหตุการณ์ ได้แสดงให้เห็นสังคมเห็นว่าการที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ถูกผูกขาดอยู่ในมือของหน่วยงานรัฐ สามารถถูกใช้เป็นเครื่องมือในการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร และถูกใช้เป็นเครื่องมือปราบปรามประชาชน เมื่อเหตุการณ์สงบการจัดทำรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 จึงได้บัญญัติให้มีมาตรา 40 ที่เป็นมาตราสำคัญนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการเป็นเจ้าของกิจการวิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม ตลอดถึงโครงสร้างและวิธีการกำกับดูแลกิจการเหล่านี้ในประเทศไทย ผลที่สืบเนื่องตามมาจากกฎหมายแม่บทในส่วนของสื่อคือเกิดการปฏิรูปขนานใหญ่จากสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่รัฐผูกขาดความเป็นเจ้าของเปลี่ยนเป็นโครงสร้างที่กระจายกรรมสิทธิ์ อำนาจในการบริหารจัดการเป็นของผู้ประกอบการในภาคธุรกิจและภาคประชาชน อาทิ การเกิดขึ้นของวิทยุชุมชน เคเบิลทีวี ทีวี่ดาวเทียม และสื่อออนไลน์อื่นๆ การเปลี่ยนแปลงนี้แม้จะใช้เวลาหรือมีการสะดุดและปราศจากการควบคุมบ้างในบางกรณีแต่ก็มีความชัดเจน ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในครั้งนั้น

นอกจากเหตุในทางกฎหมายและการเมืองแล้วความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็เป็นอีกปัจจัยหลัก ซึ่งนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงแห่งภูมิทัศน์สื่อดังกล่าว เทคโนโลยีดิจิทัลและการหลอมรวมสื่อ ทำให้ปริมาณข่าวสารสาระที่เผยแพร่ผ่านสื่อใหม่ร่วมกับสื่อเก่าที่มีอยู่เดิมเกิดการขยายตัว เกิดการเผยแพร่หรือส่งต่อซ้ำกันไปได้อย่างแพร่หลาย เพราะเทคโนโลยีสื่อใหม่ๆ ที่เอื้อให้ผู้ใช้สื่อเป็นผู้ผลิตและนำเสนอเนื้อหาสู่สาธารณะได้โดยไม่ต้องอาศัยอำนาจของตัวกลางมากเท่าเดิม หรือการที่สื่อขนาดเล็กที่

แพร่กระจายในชุมชนมีต้นทุนลดลงและใช้ง่ายขึ้น พัฒนาการนี้นำไปสู่ปัญหาด้านการกำกับดูแลสมัยใหม่ที่มีปริมาณเนื้อหาสารเผยแพร่จนเจ้าหน้าที่ไม่สามารถกำกับได้ทั่วถึงกลายเป็นความจำเป็นของสังคมที่จะต้องเร่งสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้แก่ประชาชน เพื่อให้สามารถใช้สื่อได้อย่างมีประโยชน์ รู้จักปกป้องตนเองจากสื่อ และสามารถมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกลไกในการกำกับดูแลสื่อ แต่การจะยกระดับความรู้เท่าทันสื่อของประชาชนได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ถึงสภาพภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป ต้องรู้ระดับความรู้เท่าทันสื่อของคนในสังคม รู้ถึงปัจจัยที่มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ เพื่อที่จะพัฒนาแนวนโยบายที่เหมาะสมรวมถึงความเป็นไปได้ในการนำประชาชนเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการกำกับดูแลสื่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อประมวลภาพที่ทันสมัย ถูกต้อง และชัดเจนของภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทยในปัจจุบัน หลังการปฏิรูปสื่อและการแพร่กระจายของสื่อใหม่ในสังคมไทย
2. เพื่อให้ทราบถึงระดับความรู้เท่าทันสื่อและมิติของการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป
3. เพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้เท่าทันสื่อของคนไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป
4. เพื่อให้ได้ทราบประเด็นที่ควรได้รับความสำคัญสำหรับการสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ปัญหานำการวิจัย

เพื่อให้การศึกษานี้มีทิศทางที่ชัดเจน มีวิธีการศึกษาสอดคล้องกัน และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ ปัญหานำการวิจัยของการศึกษาได้ตั้งไว้ดังนี้

1. ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทยในปัจจุบัน หลังการปฏิรูปสื่อและการแพร่กระจายของสื่อใหม่ใน

สังคมไทยมีองค์ประกอบใดบ้าง และมีลักษณะโดดเด่นอะไรบ้าง

2. ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปในประเทศไทยมีความรู้เท่าทันสื่อหรือไม่อย่างไร และสะท้อนการรู้เท่าทันสื่อในมิติใดบ้าง

3. ปัจจัยใดบ้างซึ่งส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปในประเทศไทย

4. ภายใต้ภูมิทัศน์ของสื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากของสังคมไทย ประเด็นใดบ้างควรได้รับความสำคัญสำหรับการสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทย

ระเบียบวิธีที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อให้การศึกษานี้สามารถตอบคำถามนำวิจัยได้ครบและได้ผลศึกษาที่สามารถมั่นใจได้ การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยศึกษาแบบผสมผสานกันหลายวิธี ประกอบด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ได้แก่ วิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document analysis) การสนทนากลุ่ม (Focus group interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ (In-depth interview) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ได้แก่ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research)

การวิเคราะห์เอกสาร

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ประกอบด้วยข้อกำหนดด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และเอกสารประเภทข่าว บทความ รวมทั้งเอกสารบนเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโทรทัศน์ สารสนเทศการปฏิรูปสื่อ ความเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างการกำกับดูแล อุตสาหกรรมโทรทัศน์ ความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อโทรทัศน์ และพฤติกรรมการใช้สื่อโทรทัศน์

การสำรวจด้วยแบบสอบถาม

ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นผู้ที่ใช้งานสื่อโทรทัศน์อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด เก็บข้อมูล

ด้วยแบบสอบถามแบบปลายปิดจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภาคของประเทศ รวมจำนวน 1,200 คน และทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS แจกแจงความถี่และหาค่าเฉลี่ยร้อยละ และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบปัจจัยเดียว (Univariable analysis) ปัจจัยที่มี 2 กลุ่ม ใช้ t-test ส่วนปัจจัยที่มีมากกว่าหรือเท่ากับ 3 ใช้ One way ANOVA และคำนวณค่าของความสัมพันธ์ด้วย Spearman's Correlation Coefficient ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลแบบหลายปัจจัย (Multivariable analysis) โดยเลือกปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบปัจจัยเดียวมาวิเคราะห์ด้วย General Linear Regression Model (GLM) คำนวณค่าทางสถิติที่ใช้ทดสอบของการศึกษานี้กำหนดไว้ที่ระดับ 00.5

การสนทนากลุ่ม

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล เป็นผู้ใช้สื่อโทรทัศน์จำนวน 6 กลุ่ม รวม 48 คน ที่สามารถสนทนาให้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ โดยใช้วิธีเลือกผู้เข้าร่วมกลุ่มที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันตามที่กำหนด ได้แก่

1. กลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย
2. กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย
3. กลุ่มทำงานวิชาชีพวัยต้น
4. กลุ่มทำงานวิชาชีพวัยกลาง
5. กลุ่มผู้สูงวัย
6. กลุ่มผู้ใช้แรงงาน

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนา นำมาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีจัดการแยกแยะและจัดหมวดหมู่ข้อมูลแล้วเขียนพรรณนาผล

การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive) ประกอบด้วย ผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ ด้านการกำกับดูแลกิจการสื่อ ด้านนโยบายสื่อ ด้านสื่อสารมวลชนและด้านความรู้เท่าทันสื่อ และข้าราชการในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นผู้มีความสามารถในการ

บุคคลได้ตอบให้ความรู้ได้และมีความเต็มใจ มีประสบการณ์
ในการทำงานตามคุณสมบัติไม่น้อยกว่า 5 ปี รวมจำนวน
15 คน นำผลสัมภานธ์มาวิเคราะห์และสรุปเป็นประเด็น
การนำเสนอผลการสัมภานธ์โดยเขียนรายงานเชิง
พรรณนาตามประเด็นที่ศึกษา

ผลการวิจัย

ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงจากการ
ปฏิรูปสื่อ

ในส่วนของภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ไทย พบว่า องค์ประกอบหลักที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ ภูมิทัศน์มีอยู่ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. องค์การกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
 2. อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์และ
 3. ประชาชนผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ จุดเปลี่ยนสำคัญของ
- การปฏิรูปสื่อที่มีแนวคิดอยู่ในมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มีรูปธรรมทางกฎหมายคือพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่ปี 2543 ภาพของภูมิทัศน์สื่อหลังจากการปฏิรูปสื่อที่สำคัญในส่วนของโทรทัศน์คือ เกิดสุญญากาศของการกำกับดูแล ประเทศไทยมีเคเบิลทีวีท้องถิ่นกระจายอยู่ทั่วประเทศหลายร้อยราย ส่วนรายที่เคยได้รับอนุญาตจากกรมประชาสัมพันธ์เดิมที่เป็นส่วนน้อยก็ทยอยกลายเป็นผิดกฎหมาย เนื่องจากใบอนุญาตหมดอายุและไม่มีองค์กรที่ต่ออายุให้ได้ รวมถึงมีรายการในระบบเคเบิลทีวีที่ผิดกฎหมาย มีทั้งละเมิดลิขสิทธิ์และรายการที่ผิดศีลธรรม นอกจากเคเบิลทีวีแล้วยังมีผู้ประกอบการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ซึ่งส่วนนี้มีผู้ประกอบการอยู่จำนวนไม่น้อย พัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ทำให้การส่งโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมสามารถทำได้ง่าย มีคุณภาพสูงและมีต้นทุนต่ำ และประกอบการได้โดยไม่ต้องขออนุญาตเพราะไม่มีองค์กรกำกับดูแล จากเริ่มต้นไม่กี่ช่องรายการจนขยายไปถึงกว่าร้อยช่องรายการ ทุกรายล้วนเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับอนุญาตทั้งสิ้น ปัจจุบันมีความพยายามจัดระเบียบโดย กสทช.ออก

ใบอนุญาตชั่วคราวมีอายุปีต่อปี ทำให้ไม่มีการลงทุน
ด้านรายการ และโฆษณาสินค้าบนช่องรายการเหล่านี้
เมื่อเผยแพร่โดยผู้ประกอบการที่ผิดกฎหมายและไม่มี
องค์กรกำกับดูแล ส่วนใหญ่จึงไม่ได้ยึดโยงกับจรรยาบรรณ
และกฎหมายแต่อย่างใด สร้างปัญหาในการกำกับดูแล

การเกิดขึ้นใหม่ของโทรทัศน์ดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น 24 ช่องรายการในปี 2557 มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ให้มีช่องรายการมากขึ้น ในแง่ของ ตลาดแข่งขันเป็นการเปิดตลาดให้เป็นเสรี ผู้ประกอบการ โทรทัศน์ที่เคยมีผลประกอบการได้กำไรปีละมากๆ บัดนี้ ไม่สามารถหารายได้เหมือนเดิม ดังเห็นได้จากงบโฆษณา ที่ไม่ได้เพิ่มขึ้นมากนัก แต่มีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มว่าในอนาคตอาจจะมีผู้ประกอบการกิจการ บางรายที่ขาดทุนจนต้องออกจากตลาดอุตสาหกรรมสื่อ โทรทัศน์ ดังเช่นกรณีของไทยทีวีทั่วประเทศปัญหาทางการ จ่ายค่าใบอนุญาต เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นผลการประกอบ กิจการโทรทัศน์ของไทยในปัจจุบัน (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) สำหรับในแง่ของประชาชน การเพิ่มจำนวนประเภทรายการ และเพิ่มจำนวนช่องรายการโทรทัศน์นี้ เป็นการเพิ่มทางเลือก ในการรับชม ซึ่งถือเป็นเรื่องดีในด้านการหลากหลาย ของเนื้อหารายการ ทำให้การครอบงำข้อมูลข่าวสาร ทำได้ยาก แต่ปัญหาสำคัญคือ ประชาชนรู้จักใช้สื่อ โทรทัศน์ให้เป็นประโยชน์ได้หรือไม่ ผลจากการศึกษา จึงเห็นว่าประชาชนยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากหลากหลาย ยังคงติดตามชมแต่รายการประเภทเดิม ช่องรายการเดิม และไม่ใช่ประโยชน์จากสื่อใหม่แม้ว่าภูมิทัศน์สื่อจะ เปลี่ยนไป

การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ไทย
จากการกำกับดูแลโดยองค์กรอิสระ

พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และ
กำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคม พ.ศ. 2543 เมื่อมีผลบังคับใช้ทางกฎหมาย
ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญ เป็นการเริ่ม
การปฏิรูปสื่อที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ

โทรทัศน์ เหตุการณ์รุนแรงทางการเมืองที่เกิดขึ้นแทบทุกครั้ง มีสื่อเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์อยู่ด้วย ไม่ว่าจะเป็นบทบาทของผู้ถ่ายทอดข้อมูลหรือรายงานข้อเท็จจริง หรือในฐานะของผู้เผยแพร่แนวคิดมุมมองของฝ่ายตรงข้ามอำนาจรัฐ นำไปสู่การล้มล้างอำนาจที่มีอยู่เดิมและสถาปนาอำนาจใหม่ด้วยกติกาและกฎหมายใหม่ ในทางกลับกันก็จัดการวางแนวทางการปฏิรูปสื่อไว้ด้วยการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและนโยบายการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เมื่อประกาศใช้พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นฯ ทำให้การกำกับดูแลโทรทัศน์ที่แต่เดิมดำเนินการโดยอำนาจรัฐ ฝ่ายบริหารถูกโอนไปเป็นอำนาจขององค์กรอิสระของรัฐ รวมถึงให้มีอำนาจในการจัดสรรคลื่นความถี่เป็นทรัพยากรสำคัญของชาติด้วย ที่สำคัญยิ่งคือการเปลี่ยนแปลงระบบถือครองสื่อวิทยุโทรทัศน์ จากเดิมที่มีหน่วยงานของรัฐเป็นเจ้าของและเอกชนต้องเป็นผู้รับสัมปทาน เปลี่ยนมาใช้ระบบใบอนุญาตที่ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้ประกอบกิจการสื่อได้เองโดยตรง การประกอบกิจการอยู่ภายใต้องค์กรกำกับสื่อที่เป็นองค์กรอิสระ

องค์กรกำกับดูแลที่เกิดขึ้นหลังเมื่อมีการปฏิรูปสื่อมีส่วนอย่างสำคัญในการเปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ เพราะนอกจากการวางนโยบายด้านการกำกับดูแลแล้วยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านจำนวนผู้ประกอบการโทรทัศน์อย่างมาก จากเดิมมีผู้ให้บริการเพียง 6 ราย เมื่อสามารถจัดตั้งองค์กรอิสระ กสทช. ขึ้นมาได้สำเร็จแล้วประเทศไทยปรับเปลี่ยนระบบโทรทัศน์จากการรับส่งในระบบแอนะล็อกเป็นการรับส่งในระบบดิจิทัล มีการให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินให้แก่เอกชนเป็นผู้ประกอบกิจการเองได้ ถือเป็นการเปลี่ยนผ่านจากระบบสัมปทานวิทยุโทรทัศน์ไปสู่ระบบใบอนุญาตของประเทศ และภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทยก็มีสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่วิภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นใหม่อีก 24 ช่อง และในอนาคตจะมีสถานีโทรทัศน์ประเภทโทรทัศน์บริการสาธารณะประโยชน์เพิ่มอีก 12 สถานี

รวมทั้งโทรทัศน์ชุมชนอีกจำนวนหนึ่งที่ยังมิได้กำหนด

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์จากพฤติกรรมการใช้สื่อ

ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์เองก็มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย ผลจากการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลและการหลอมรวมสื่อ ทำให้เกิดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใช้ในการสื่อสารและรับชมโทรทัศน์ได้จำนวนมาก ทั้งราคาก็ไม่แพงมาก อุปกรณ์เหล่านี้จำนวนมากเป็นอุปกรณ์ที่เรียกกันว่าอุปกรณ์ฉลาด หรือ Smart Equipment คือมีคอมพิวเตอร์ชิปเล็กๆ ที่มีซอฟต์แวร์ในตัวช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้สะดวกและยังสามารถใช้สื่อสารติดต่อได้ทั้งกับคนหรืออุปกรณ์อื่นๆ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีนี้ประกอบกับผลักดันทางการตลาดของผู้ค้า ส่งผลให้ผู้ใช้สื่อที่สามารถและมีกำลังซื้อที่ปรับตัวได้เร็ว สามารถเรียนรู้การใช้งานและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและการทำงานในภูมิทัศน์ของสื่อใหม่ นั่นคือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือผู้ใช้สื่อจากเดิมที่เป็นผู้รับที่เฉื่อยชา เป็นผู้รับสื่อทางเดียว กลายเป็นผู้ใช้สื่อที่กระตือรือร้น มีทางเลือกใช้สื่อโทรทัศน์และวิถีโอภาสเสี่ยงมากมาย มีการโต้ตอบกับสื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้สื่อที่อยู่ห่างไกลผ่านสื่อ รวมถึงสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารอื่นๆ ที่มีพร้อมกันไปชมชมโทรทัศน์ หรือแม้หลังจากรายการโทรทัศน์ได้ออกอากาศไปแล้ว พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้สร้างให้เกิดตลาดหรือโอกาสใหม่ๆ เกิดนวัตกรรมทางการสื่อสารและเกิดการเชื่อมโยงระหว่างโทรทัศน์และการสื่อสารอื่นๆ อย่างไม่เคยเป็นมาก่อน กลายเป็นผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ยุคใหม่ผ่านเทคโนโลยีใหม่ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ใหม่

ความรู้เท่าทันสื่อและปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ

ระดับความรู้เท่าทันสื่อภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากการสำรวจมีระดับความรู้เท่าทันสื่อภาพรวมค่อนข้างต่ำมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 2.04 คะแนน จากที่เป็นไปได้เต็ม 7 คะแนน ผลนี้สอดคล้องกับการศึกษาเชิงคุณภาพ เพราะพบว่าระดับความรู้เท่าทันสื่อของผู้ร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่แทบทั้งหมดมีความรู้

เท่ากันเล็กน้อย แม้แต่ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ ก็ไม่สามารถให้ความเห็นได้มากนัก เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละมิติที่วัดความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ พบว่าเป็นคะแนนที่ต่ำทั้งสี่มิติ โดยสามารถแยกแสดงค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้เท่าทันสื่อแต่ละมิติได้ดังนี้

มิติที่ 1 ความสามารถเชิงวิเคราะห์ 2.20

มิติที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับบริบทแวดล้อมของสื่อ 1.87

มิติที่ 3 การทราบถึงสถานีและรายการโทรทัศน์ ที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ 2.00 มิติที่ 4 ความสามารถในการผลิตเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ 2.10

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบปัจจัยเดียว (Univariable analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบหลายปัจจัย (Multivariable analysis) ด้วย General Linear Regression Model (GLM) ได้ผลการศึกษาไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

- ปัจจัยด้านลักษณะประชากร

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ การศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับคะแนนความรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยทางเพศไม่พบว่ามีผลอย่างไรต่อความรู้เท่าทันสื่อ ด้านอาชีพ พบว่าผู้ที่มิอาชีพข้าราชการมีระดับความรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท และเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระตามลำดับ กลุ่มอาชีพเกษตร/ประมงเป็นกลุ่มที่มีความรู้เท่าทันสื่อน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อโทรทัศน์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ จำนวนอุปกรณ์ที่รับชมโทรทัศน์ จำนวนระบบที่ใช้เชื่อมต่อสัญญาณโทรทัศน์ของผู้ใช้โทรทัศน์ จำนวนช่องรายการโทรทัศน์ที่รับชมความสามารถในการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีสื่อโทรทัศน์ กิจกรรมที่เคยทำผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ ความถี่

ในการรับชมโทรทัศน์ ระยะเวลาในการรับชมโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับคะแนนความรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

- ปัจจัยด้านรูปแบบการใช้สื่อโทรทัศน์

รูปแบบการใช้สื่อโทรทัศน์ การสำรวจด้วยแบบสอบถาม พบว่ามีผลต่อระดับความรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์คะแนนความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ระดับความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อในภูมิทัศน์สื่อใหม่ และผู้ใช้สื่อในภูมิทัศน์สื่อเก่า

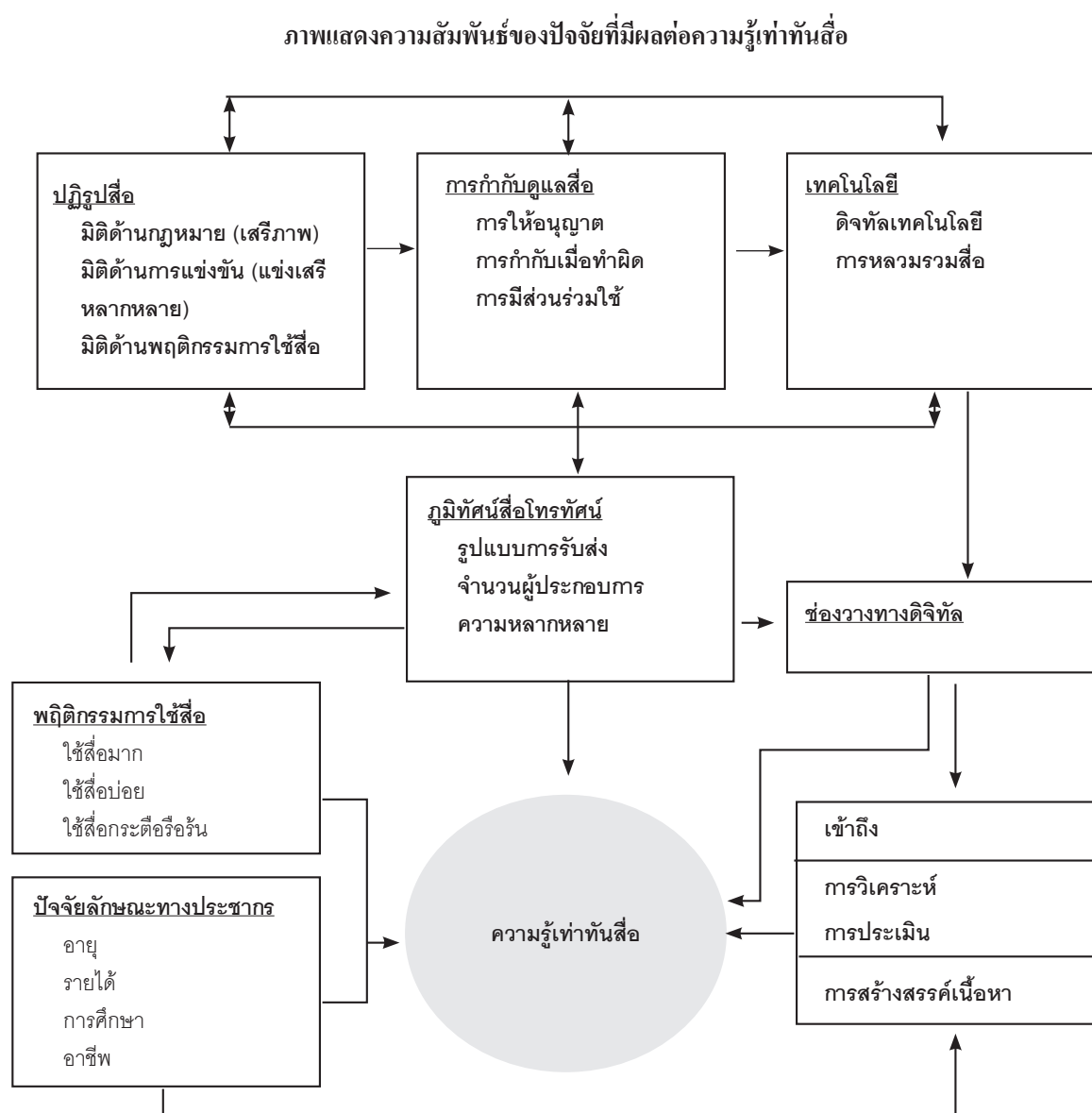
ผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อใหม่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อเก่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อใหม่มีจำนวน 782 คน คะแนนเฉลี่ยความรู้เท่าทันสื่อ 8.59 ผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อเก่ามีจำนวน 418 คน คะแนนเฉลี่ยความรู้เท่าทันสื่อ 7.39

- ระดับความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อแบบกระตือรือร้น (Active audience) และผู้ใช้สื่อบแบบเฉื่อยชา (Passive audience)

พบว่าผู้ใช้สื่อโทรทัศน์แบบกระตือรือร้นและผู้ใช้โทรทัศน์แบบเฉื่อยชา มีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้โทรทัศน์แบบกระตือรือร้นมีจำนวน 629 คน คะแนนเฉลี่ยความรู้เท่าทันสื่อ 8.62 ผู้ใช้โทรทัศน์แบบเฉื่อยชา มีจำนวน 571 คน คะแนนเฉลี่ยความรู้เท่าทันสื่อ 7.68

- ระดับความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้โทรทัศน์มาก (Heavy Users) และผู้ใช้โทรทัศน์น้อย (Light Users)

พบว่าผู้ใช้โทรทัศน์มากมีระดับความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้ใช้โทรทัศน์น้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้โทรทัศน์มากมีจำนวน 637 คน มีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อเฉลี่ยที่ 8.49 ผู้ใช้โทรทัศน์น้อยมีจำนวน 563 คน มีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อเฉลี่ยที่ 7.82



จากผังแสดงรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยและองค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อการศึกษาในส่วนของกฎหมายโทรทัศน์ไทย พบว่า มีองค์ประกอบหลักที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายอยู่ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. องค์การกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
2. อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์

3. ประชาชนผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ เมื่อนำองค์ประกอบทั้งสามมาพิจารณาพร้อมกับปัจจัยที่มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อที่ได้จากการศึกษา สามารถประกอบภาพรวมของความรู้เท่าทันสื่อเสนอเป็นภาพได้ดังผังภาพด้านบน

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าปัจจัยอยู่หลายประการที่มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ ปัจจัยหนึ่งที่เป็นรูปธรรมและใกล้ตัวผู้ใช้สื่อมากที่สุด คือ ปัจจัยลักษณะทางประชากรจากการศึกษาพบว่าลักษณะด้าน อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เท่าทันสื่อ

พฤติกรรมการใช้สื่อเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่พบว่า มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ คือ ผู้ที่ใช้สื่อมากมีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้มีความรู้เท่าทันสื่อมากกว่า และผู้ใช้สื่อน้อยและมีลักษณะการใช้สื่อที่หลากหลาย มีแนวโน้มจะมีความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่า เช่นเดียวกับผู้ใช้สื่อที่กระตือรือร้นที่มีแนวโน้มว่ามีระดับความรู้เท่าทันสื่อที่สูงกว่า

การปริทรรศน์วรรณกรรมด้านการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อของ (Livingstone, 2004) ลักษณะเหล่านั้นในมุมมองหนึ่งคือความสามารถตามธรรมชาติของบุคคล คือ การเข้าถึง² การวิเคราะห์ การประเมิน และการสร้างสรรค์เนื้อหา ลักษณะทั้ง 4 นี้ เป็นสิ่งที่ติดตัวจะพัฒนาให้ดีขึ้นได้ยาก หรืออาจพัฒนาไม่ได้ ลักษณะนี้มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ

ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) เป็นช่องว่างที่มีผลต่อการเข้าถึงโดยบริการตรง โดยทั่วไปมักพิจารณาในเชิงของกายภาพ คือมีการให้บริการโทรทัศน์ในเขตนั้นหรือไม่ และผู้ใช้สื่อมีอุปกรณ์ใช้รับโทรทัศน์หรือไม่ ช่องว่างนี้เป็นสิ่งที่กล่าวถึงกันมากในยุคของอินเทอร์เน็ตและสื่อดิจิทัล คนจำนวนมากยังเข้าไม่ถึงอินเทอร์เน็ต และขาดความสามารถในการใช้อุปกรณ์เข้าถึงอินเทอร์เน็ต แนวคิดนี้เดิมเติบโตมาจากรื่องการเข้าถึง (Access) ที่เป็นแนวคิดเก่าแก่ในเรื่องของโทรคมนาคมหรือสาธารณูปโภคอื่นๆ แล้วมาขยายในยุคของอินเทอร์เน็ตที่มีความแตกต่างกันมากของคนในสังคม เมื่อนำมาใช้กับความรู้เท่าทันสื่อ ช่องว่างทางดิจิทัลเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาและเกิดจากภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนไป ประชาชนที่เข้าไม่ถึงทางกายภาพคือผู้ที่ถูกแยกจากสังคมส่วนใหญ่ด้วยช่องว่างนี้ และเมื่อไม่มีโอกาสเข้าถึง แต่ไม่มีโอกาสใช้สื่อ ความรู้เท่าทันสื่อก็ย่อมพัฒนาได้น้อยหรือมีระดับต่ำ

ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไปอย่างจับต้องได้คือรูปแบบการรับส่งโทรทัศน์ที่วันนี้มีทั้งโทรทัศน์ดิจิทัล

โทรทัศน์ดาวเทียม โทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต และเคเบิลทีวี จะเห็นว่าประชาชนมีทางเลือกชมได้หลายวิธี วันนี้จำนวนผู้ประกอบการโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น มีการแข่งขันสูงจนโอกาสที่สถานีใดสถานีหนึ่งจะครองใจข้อมูลข่าวสารในสังคมคงจะเป็นไปไม่ได้แล้ว ในขณะเดียวกันผู้ใช้โทรทัศน์มีปริมาณเนื้อหาให้เลือกอย่างหลากหลายรายการที่ชมมีทั้งส่งตรงจากต่างประเทศ และที่เกิดจากมีผู้เอาไปวางไว้ให้ชมตามเว็บต่างๆ หรือมีที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศมาผลิต ผลจากการศึกษาพบว่าประชาชนที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ใหม่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าคนที่ใช้ชีวิตอยู่ในภูมิทัศน์สื่อเก่า ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปนอกจากมีอิทธิพลโดยตรงต่อระดับความรู้เท่าทันสื่อแล้ว ยังส่งผลไปยังพฤติกรรมการใช้สื่อของคน หากนำแนวคิดของ นีล पोสแมน (Neil Postman, อ้างถึงใน Kaialiisa, (2012)) มาร่วมพิจารณา ก็จะเห็นว่าความสัมพันธ์ของโครงสร้าง เนื้อหาและผลกระทบของโทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อใหม่มีต่อผลผู้คน และคนก็ปรับตัวไปกับสื่อใหม่ โดยเฉพาะในรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อที่มีผลต่อระดับความรู้เท่าทันสื่ออีกชั้นหนึ่งในอีกทางการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อมีผลต่อช่องว่างทางดิจิทัล ซึ่งก็ส่งผลถึงการเข้าถึงทักษะในการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และที่สุดถึงระดับความรู้เท่าทันที่คนมีต่อสื่อ

เมื่อมองให้ลึกลงไปถึงสิ่งที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ จะเห็นว่าการปฏิรูปสื่อทางด้านกฎหมายเกี่ยวกับสื่อ ลักษณะความเป็นเจ้าของและการแข่งขันและพฤติกรรมของคนในสังคม ก็สามารถมีผลโดยตรงต่อความรู้เท่าทันสื่อและมีผลขยายไปถึงองค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแลสื่อ การทำหน้าที่ขององค์กรกำกับดูแล ในทางย้อนกลับก็ส่งผลถึงพฤติกรรมของคน และระดับความรู้เท่าทันสื่อของคน ทั้งยังส่งผลไปถึงการพัฒนาของเทคโนโลยีด้วย เพราะมาตรฐานที่องค์กรกำกับ กำหนด และการอนุญาตประกอบกิจการ มีผลต่อ

² การเข้าถึงในที่นี้พิจารณาจากมุมมองของผู้ใช้สื่อ คือไม่ได้พิจารณาการเข้าถึงจากมุมมองทางกายภาพแต่เป็นการเข้าถึงจากมุมมองวิธีใช้ชีวิตของบุคคล คือแม้ว่าจะมีบริการให้ มีอุปกรณ์ที่สามารถใช้รับบริการได้ แต่ถ้าบุคคลไม่ได้ใช้อุปกรณ์เพื่อการเข้าถึงบริการนั้น บุคคลนั้นก็เสมือนเป็นผู้เข้าไม่ถึงบริการ และในการศึกษานี้ถือว่าเป็นผู้ไม่มีความสามารถเข้าถึง

การเลือกและนำเทคโนโลยีมาใช้ของผู้ประกอบการ และมีลักษณะเป็นการปฏิสัมพันธ์กัน เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่อยู่เหนือการควบคุม และพัฒนาการของเทคโนโลยีจะมีผลย้อนกลับมาให้องค์กรกำกับเองต้องเปลี่ยนแปลงรูปแบบการกำกับและการใช้อำนาจในการกำกับของตน รวมถึงอาจมีผลในระดับที่จำเป็นต้องมีการปฏิรูปสื่อได้

การอภิปรายผลการวิจัย

การเปลี่ยนแปลงทางแนวคิดของการปฏิรูปสื่อร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่พัฒนาอย่างรวดเร็วจนเกิดการหลอมรวมสื่อ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์เป็นปัจจัยร่วมสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและนโยบายการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย จากอำนาจรัฐฝ่ายบริหารไปเป็นอำนาจขององค์กรอิสระของรัฐ โอนอำนาจการจัดสรรคลื่นความถี่ที่เป็นทรัพยากรสำคัญของชาติให้เป็นขององค์กรอิสระ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิรูปประชาธิปไตยนั้น สามารถทำความเข้าใจได้ด้วยมุมมองของ Monroe E. Price Beata Rozumilowicz and Stefaan G Verhulst. (2002) เพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์อยู่ด้วย ไม่ว่าจะเป็นบทบาทของผู้ถ่ายทอดข้อมูลหรือรายงานข้อเท็จจริง หรือในฐานะของผู้เผยแพร่แนวคิดมุมมองของฝ่ายตรงข้ามอำนาจรัฐ นำไปสู่การล้มล้างอำนาจที่มีอยู่เดิมและสถาปนาอำนาจใหม่ ด้วยกติกาและกฎหมายใหม่ ในทางตรงข้ามก็ย้อนกลับให้เกิดการปฏิรูปสื่อ

หากอภิปรายสิ่งที่เกิดขึ้นกับแนวคิดของ Neil Postman ในด้านนิเวศวิทยา สิ่งที่พบแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของโครงสร้าง เนื้อหาและผลกระทบต่อผู้คน สื่อกำหนดความเป็นมนุษย์ในด้านความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม (Kaialiisa., 2012) และสอดคล้องกับแนวความคิดเชิงระบบเมื่อปัจจัยภายนอกของสื่อมีการเปลี่ยนแปลงทำให้ระบบสูญเสียสมดุลเดิม ตัวระบบคือสื่อโทรทัศน์ทั้งระบบก็ต้องปรับตัวเพื่อสร้างสมดุลใหม่เพื่อให้อยู่ได้อย่างเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมใหม่ ดังผังแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงไว้ข้างต้น

มองภาพได้ว่าเป็นระบบใหญ่ระบบหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงข้างต้นก่อให้เกิดการปรับตัวของหน่วยย่อยภายในระบบ ซึ่งหากไม่ปรับก็อาจไม่สามารถอยู่รอดได้ ตัวอย่างที่เกิดขึ้นคือ เมื่อเกิดปัญหาไม่สามารถจัดตั้ง กสทช.ได้ แต่กระแสประชาธิปไตยและกระแสสังคมเรื่องการปฏิรูปสื่อได้เกิดขึ้นแล้วอย่างควบคุมไม่ได้ อีกทั้งเทคโนโลยีก็เกิดการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ ผลตามมาของความล้มเหลวในการจัดตั้ง กสทช. คือแทนที่การปฏิรูปสื่อจะมีการเตรียมการและมีแผนงานการจัดการอย่างเป็นระบบโดยองค์กรที่มีอำนาจตามกฎหมายกลับเป็นการปฏิรูปที่ประชาชนดำเนินการกันไปเอง ทฤษฎีระบบจะมองสิ่งนี้ว่านี่คือการปรับตัวที่ต้องเกิดขึ้น สิ่งที่น่าทึ่งที่ยืนยันแนวคิดของทฤษฎีระบบว่าเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงของสิ่งที่กระทำต่อระบบ ระบบจะปรับตัวของมันเองให้เหมาะสมเกิดสมดุลกับสิ่งที่เปลี่ยน (Foss, 2008)

องค์กรกำกับดูแลมีส่วนอย่างสำคัญในการเปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ เพราะนอกจากการวางนโยบายด้านการกำกับดูแลแล้ว ยังได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านจำนวนผู้ประกอบการโทรทัศน์อย่างมาก จากอุตสาหกรรมที่เคยมีผู้ให้บริการอยู่เพียง 6 ราย เมื่อจัดตั้งองค์กรอิสระ กสทช. สำเร็จ ประเทศไทยปรับเปลี่ยนระบบโทรทัศน์จากการรับส่งในระบบแอนะล็อกไปเป็นระบบดิจิทัล ประเทศไทยเริ่มมีการให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินให้เอกชนเป็นผู้ประกอบกิจการเองได้ จึงถือเป็นการเปลี่ยนผ่านจากระบบสัมปทานวิทยุโทรทัศน์ของประเทศไปสู่ระบบใบอนุญาตด้วยเกิดสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นใหม่อีก 24 ช่อง และในอนาคตยังจะมีสถานีโทรทัศน์ประเภทให้บริการสาธารณะประโยชน์เพิ่มอีก 12 สถานี ล้วนเป็นปฏิสัมพันธ์และการปรับตัวของหน่วยย่อยในระบบใหญ่และเกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ โทรทัศน์ของไทย และสามารถมีผลต่อระดับความรู้เท่าทันสื่อ ดังแสดงในภาพข้างต้น

ผลการศึกษาที่พบว่าผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยมีความรู้เท่าทันสื่อต่ำ ให้เหตุผลได้ว่าเพราะแนวคิดเรื่องรู้เท่าทันสื่อยังพัฒนาไปไม่มากในสังคม แม้จะมีการศึกษา

มาแล้วไม่ต่ำกว่า 10 ปี³ แต่ความตื่นตัวในการส่งเสริมหรือยกระดับความรู้เท่าทันสื่อยังอยู่ในระดับต่ำ ไม่มีแหล่งงบประมาณสนับสนุนและความรู้ด้านนี้ยังไม่แพร่ไปในวงกว้าง หากมองในแง่บวกผลการศึกษาค้างนี้ยืนยันว่าสังคมไทยถึงเวลาที่จะต้องรณรงค์เรื่องนี้กันอย่างจริงจังเพื่อให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อ สามารถปกป้องตัวเองจากการใช้สื่อโทรทัศน์ได้

ผลจากการสนทนากลุ่ม ยืนยันตรงกันว่าระดับความรู้เท่าทันสื่อของคนไทยต่ำ ผู้เข้าร่วมสนทนาแทบทั้งหมดชมโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง มีส่วนน้อยที่ใช้โทรทัศน์เพื่อหาข้อมูลข่าวสาร ประชาชนมีความตื่นตัวเรื่องข่าวน้อย ความสามารถในการวิเคราะห์และรอบรู้ในบริบทของสื่อของคนส่วนใหญ่ยังมีน้อย ผลจากการศึกษาพบว่าค่าความรู้เท่าทันสื่อในแต่ละมิติคือ

มิติที่ 1 ความสามารถเชิงวิเคราะห์ 2.20

มิติที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับบริบทแวดล้อมของสื่อ 1.87

มิติที่ 3 การทราบถึงสถานีและรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ 2.00

มิติที่ 4 ความสามารถในการผลิตเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ 2.10 ซึ่งถือว่าเป็นค่าคะแนนความรู้เท่าทันสื่อที่ต่ำทุกมิติ ดังแสดงในภาพว่า ปัจจัยส่วนตนเหล่านี้มีผลต่อระดับความรู้เท่าทันสื่อ

การศึกษาครั้งนี้ พบว่าลักษณะทางประชากรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อต้องถือว่าปกติ เพราะในข้อเขียนเกี่ยวกับเรื่องรู้เท่าทันสื่อส่วนใหญ่ก็กล่าวไว้เช่นนั้น มีเพียงลักษณะทางเพศเท่านั้น ที่ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งพิจารณาแล้วก็เป็น การค้นพบที่เป็นไปตามเหตุผลทางทฤษฎี เพราะความเป็น เพศชายหรือหญิงไม่ใช่ลักษณะที่จะแตกต่างกันได้ในเรื่อง ความรู้เท่าทันสื่อ ในส่วนของรายได้ อายุ และการศึกษา มีลำดับความสัมพันธ์ลดหลั่นกันลงมา และมีนัยสำคัญ ทางสถิติทุกกรณี ลักษณะประชากรในด้านอาชีพ พบว่า มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ และได้แสดงให้เห็นไว้ในภาพ

ผลการศึกษายังพบว่าปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อโทรทัศน์รวมถึงจำนวนเวลาที่ใช้กับสื่อ ล้วนมีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งสิ้น ผู้ที่ใช้เวลากับสื่อโทรทัศน์มากและผู้ที่มิชอบกรณ์ ในการเข้าถึงสื่อได้มากย่อมมีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสาร มาก รูปแบบผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ พบว่ามีความสัมพันธ์ กับความรู้เท่าทันสื่อ ข้อที่น่าสังเกตคือผู้ที่มีรูปแบบ การรับชมเพื่อแสวงหาความบันเทิงจะเป็นผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อสูงที่สุด ซึ่งน่าจะมีสาเหตุมาจากผู้ใช้สื่อมาก จึงมีประสบการณ์มาก

กลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อใหม่คือผู้มีและ ใช้อุปกรณ์อื่นๆรับชมโทรทัศน์ด้วย มีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่ากลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อเก่า ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า หากพิจารณาจากปัจจัย พื้นฐานของกลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อใหม่ ในด้าน ความเป็นเจ้าของและความสามารถในการเข้าถึงและใช้ ประโยชน์จากอุปกรณ์และระบบการใช้สื่อโทรทัศน์ย่อม มีมากกว่ากลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อเก่า ดังนั้น หากมองในแง่ของปริมาณข้อมูลข่าวสาร กลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์ ในภูมิทัศน์สื่อใหม่ย่อมมีโอกาสได้รับมากกว่า เนื่องจากมี ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ที่มากกว่า มีโอกาสในการเลือกใช้ เลือกรับชมรายการโทรทัศน์ต่างๆ ได้ตามความต้องการมากกว่า พัฒนาการทางเทคโนโลยี การสื่อสารผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่และระบบการเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ตผ่านการหลอมรวมสื่อ ทำให้ไม่มีอุปสรรค จำกัดด้านสถานที่และเวลาในการใช้สื่อโทรทัศน์ตลอดจน สามารถเปลี่ยนบทบาทเป็นทั้งผู้ชมและผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ได้ จากการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์ การบันทึก ดัดต่อ และเผยแพร่รายการโทรทัศน์ผ่านอุปกรณ์สื่อสารที่ตนเอง มีอยู่ได้ เช่น นักข่าวพลเมืองรายงานอุบัติเหตุในพื้นที่

พฤติกรรมการใช้สื่อที่มีการตั้งคำถาม ทิศวิเคราะห์ ประเมินค่าและสามารถผลิตเนื้อหารายการได้ เป็น พฤติกรรมใช้สื่อที่กระตือรือร้น นั่นคือการเป็นผู้ใช้สื่อ

³ ตัวอย่างของเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) และฟาริด เดชะวินทร์ (2548) เป็นต้น

โทรทัศน์ที่เมื่อรับชมรายการโทรทัศน์แล้วเกิดการตั้งคำถาม วิเคราะห์กับตนเอง ตีความสารที่ได้รับ และอาจนำไปสู่ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เผยแพร่สื่อมวลชน ประสบการณ์การทำ กิจกรรมของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์แบบกระตือรือร้น เป็นการ เรียนรู้และสะสมประสบการณ์ต่างๆในการใช้สื่อโทรทัศน์ ทำให้กลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์แบบกระตือรือร้นมีคะแนนความ รู้เท่าทันสื่อสูงกว่ากลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์แบบเฉื่อยชา

การวิเคราะห์ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์กลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์มาก (heavy viewer) และกลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์น้อย (light viewer) พบว่ากลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์มากมีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อ สูงกว่ากลุ่มผู้ใช้โทรทัศน์น้อย ผลที่พบน่าจะเกิดจาก อุปกรณ์และเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้ผู้คน สามารถเลือกรับชมรายการโทรทัศน์และมีส่วนร่วมกับ รายการโทรทัศน์ได้มากขึ้น โดยเฉพาะการเชื่อมต่อ ผ่านอินเทอร์เน็ตช่วยเอื้อให้การใช้สื่อโทรทัศน์ผ่าน อุปกรณ์สื่อสารทำได้สะดวก ดังนั้นผู้ใช้สื่อโทรทัศน์มาก มีโอกาสใช้สื่อโทรทัศน์บ่อยๆ ย่อมมีความคุ้นเคย มีทักษะ ความชำนาญ และประสบการณ์ในการรับชม

ประเด็นที่ควรได้รับความสำคัญสำหรับการสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์

ผลการศึกษาประเด็นที่ควรได้รับความสำคัญ สำหรับการสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ ผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลในการศึกษานี้ชี้ให้เห็นประเด็น สำคัญ 4 ประเด็น

1. ผู้ใช้สื่อขาดความรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะในมิติ เรื่องภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปแม้ว่าในความเป็นจริง ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลงไป แต่ประชาชนจำนวน หนึ่ง ก็ยังใช้สื่อในลักษณะเดิมๆ มิได้ใช้ประโยชน์จาก โอกาสใหม่ๆ

2. ผู้ใช้สื่อไม่ตระหนักถึงความสำคัญและความ จำเป็นของการรู้เท่าทันสื่อ กล่าวได้ว่าประเทศไทยมี ปัญหาเรื่องการรับมือกับการสื่อสารในยุคหลอมรวม สื่อในสถานะที่ข้อมูลข่าวสารมีท่วมท้น สิ่งนี้ควรได้รับการแก้ไข

3. ผู้ใช้สื่อมีพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์เนื้อหา รายการไม่หลากหลาย และเน้นรับชมรายการบันเทิง และรายการเล่าข่าวเป็นหลัก สะท้อนพฤติกรรมการรับชมที่วិ ที่ไม่หลากหลายของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทย ควรมีแนวทางในการส่งเสริมให้การรับชมมีความหลากหลาย เพิ่มขึ้น

4. ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมของผู้ชมที่ไม่ส่งเสริม การรู้เท่าทันสื่อ สังคมไทยขาดปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่ ไม่ส่งเสริมเรื่องความรู้เท่าทันสื่อ จำเป็นที่จะต้องร่วมกัน แก้ไขเรื่องนี้ หากจะให้คนไทยใช้ชีวิตอย่างมีความสุขใน นิเวศน์ของสื่อ

ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

เพื่อให้การศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อการยกระดับ ความรู้เท่าทันสื่อในสังคมไทย และให้เป็นประโยชน์แก่ หน่วยงานของรัฐและหน่วยงานด้านวิชาชีพ การวิจัยนี้ มีข้อเสนอแนะที่เห็นว่าสำคัญน่าจะเป็นประโยชน์หาก นำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบาย และใช้ในการ ออกแบบแนวปฏิบัติ เพื่อการยกระดับความรู้เท่าทันสื่อ และการใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์

1. หน่วยงานภาครัฐเอกชน และกลุ่มประชาสังคม สามารถนำผลการวิจัยเกี่ยวกับระดับความรู้เท่าทันสื่อ ของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไปเป็นข้อมูลพื้นฐาน

2. หน่วยงานด้านการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ สามารถเลือกพิจารณา นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปใช้

3. องค์กรกำกับดูแลสื่อ สามารถใช้ประโยชน์จาก ผลที่ได้จากการศึกษานี้ไปเป็นแนวในการส่งเสริมความรู้ เท่าทันสื่อ

4. องค์กรกำกับดูแลสื่อสามารถนำสิ่งที่ได้จากการ ศึกษาไปใช้เพื่อให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในการกำกับ ดูแลและเป็นหูเป็นตาให้ในฐานะพลเมืองที่กระตือรือร้น (Active Citizen)

5. ผู้มีอำนาจหน้าที่และผู้เกี่ยวข้องสามารถเลือก สนับสนุนการจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อส่งเสริมความรู้

เท่าทันสื่อให้กับผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ และเพื่อร่วมปกป้องสังคมจากภัยที่เล็ดลอดผ่านสื่อ

6. นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์สามารถนำความรู้และการค้นพบของการศึกษานี้ไปประกอบใช้ในการให้ความรู้ด้านความรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้ศึกษาด้านนิเทศศาสตร์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อการสร้างองค์ความรู้เรื่องความรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาเกี่ยวกับความรู้

เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อไทยภายใต้ภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปในครั้งต่อไปนั้น มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการศึกษาซ้ำและควรศึกษาขยายความเข้าใจต่อไปอีกเพราะยังมีความจำเป็น
2. ควรมีการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจผลจากบริบทหรือเนื้อหาของสื่อที่เปลี่ยนไปแบบต่อเนื่อง
3. ควรมีการศึกษาเพื่อเจาะลึกลงในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่แตกต่างกันโดยขยายจากการศึกษาครั้งนี้ที่ได้จัดทำไว้
4. ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะด้านรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเด็กเล็กหรือกลุ่มผู้ด้อยโอกาส เพราะในกลุ่มนี้ก็มีลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ไทยรัฐออนไลน์. (2558, 26 พฤษภาคม 2558). ชัดเจน! ‘เจ็ดมัม’ ส่งหนังสือถึง กสทช. เลิกทำทีวีดิจิตอล. from <http://www.thairath.co.th/content/501169>
- ฟารีดา เตชะวินทร์เลิศ. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับการได้รับอิทธิพลด้านการกำหนดความสำคัญแก่ข่าวสารและการเลือกกรอบในการตีความข่าวสาร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2558, 30 มิถุนายน 2558). มิเตอร์ประเทศไทย. from <http://www.thailandometers.mahidol.ac.th/2015/index.php>
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2540). การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Foss, S. W. L. a. K. A. (2008). **Theories of Human Communication (Ninth Edition ed.): Thomson Wadsworth.**
- Kaialiisa. (2012). Media ecology – How media and new media influence life. from <http://kaialiisa.wordpress.com/2012/12/03/media-ecology-how-media-and-new-media-influences-life/>
- Livingstone, S. (2001). **User empowerment and media competence: Combining protection and education.** Paper presented at the European Forum on Harmful and Illegal Cyber Content: Self-Regulation, User Protection and Media Competence Media Division, Directorate General of Human Rights, Council of Europe, Strasbourg.
- Livingstone, S. (2004). **What is media literacy? Intermedia** 32 (3), 18-20.
- Mark Deuze Peter Blank and Laura Speers. (2012). **A Life Lived in Media. Digital Humanities Quarterly,** Volume 6(Number 1).
- Monroe E. Price Beata Rozumilowicz and Stefaan G Verhulst. (2002). **Media reform: democratizing the media, democratizing the state.** (Kindle Edition ed.): Routledge.
- Potter, J. W. (2004). **Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach.** Thousand Oaks, California: Sage Publications.