การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค เชิงพุทธบูรณาการ : กรณีศึกษาไลน์

Social Immunization with Social Network's Media Literacy In Buddhist Intigration Approach in Case Study : Line

วรวิชชา ทองชาวนา*
พระครูสุธีคัมภีรญาณ, ผศ.ดร.**

บทคัดย่อ

ประเทศไทยกำลังพัฒนาในด้านระบบสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Line) ที่ส่งผลให้คนในสังคม สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหลากหลายประเภทอย่างรวดเร็วและไร้ขีดจำกัดการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม เพื่อใช้เป็นหลักในการสร้างภูมิคุ้มกันเตรียมพร้อมรับต่อสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในระดับครอบครัวชุมชนและสังคมอย่างสร้างสรรค์ โดยการรู้เท่าทันสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของคนในสังคม ทั้งในเชิงลบและบวกที่ทำให้พฤติกรรมการเสพสื่อของคนในทุกกลุ่มมีสัดส่วนการใช้งานเพิ่มมากขึ้นจนเป็นเหยื่อของสื่อออนไลน์ องค์ความรู้ตามหลักพระพุทธศาสนาการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต พบว่า ๑) รู้จักใช้ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ เพื่อเรียนรู้สื่ออย่างถูกต้องตามความเป็นจริง ๒) รู้จักกำหนด สติ-สัมปชัญญะคอยควบคุมเมื่อรับสื่อด้วยสำรวมอินทรีย์ ๓) รู้จักฝึกควบคุมตนเอง ๔) รู้จักคิดหาเหตุผลตามหลักโยนิโสมนสิการ ๕) พิจารณาสื่อโดยไม่ลำเอียง โดยใช้หลักอคติ และ ๖) รู้จักวิเคราะห์และตรวจสอบสื่อตามหลักกาลามสูตร จะเป็นผลทำให้การใช้สื่อฯ ในปัจจุบันได้อย่างมีภูมิคุ้มกันและมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม, การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค

* นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น
** อาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

Abstract

Thailand had been developed with the online social network to make people exchange information through many types of media quickly and unlimitedly. Creation of the social immunity was an immune principle of self-preparation for the quick change in families, communities and societies by means of knowing clearly the influence of media, people's behavior in the positive, negative aspects that increased more people to use the online social network until they became a victim of such an online network, The Buddhist knowledge about the media literacy for life-development was found that it helped people 1) to carefully eyes, ears, a nose, a tongue, a body and mind for learning media in the right way, 2) to use media mindfully with the control of faculties, 3) to grow the self-control, 4) to think with reasoned attention, 5) to consider media without any bias according to an acati principle, and 6) to analyze and examine media according to kalamasutta, all of these factors helped people to use the recent media advantageously and efficiently.

Keywords: Creation of Social Immunity, Clear Knowledge of the Online Social Network

๑. บทนำ

โลกปัจจุบันที่มีสภาพเป็นโลกาภิวัตน์หรือโลกไร้พรมแดน มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ตลอดจนการคมนาคมและเศรษฐกิจทำให้คนในโลกสามารถติดต่อสื่อสารไปหาหาสู่กันเรียนรู้เรื่องราวได้อย่างรวดเร็ว[๑] จะบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการในด้านต่างๆ เช่น ด้านเทคโนโลยีสื่อสาร ด้านคอมพิวเตอร์ และด้านฐานข้อมูลสำหรับติดต่อสื่อสารกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร[๒] ซึ่งสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Line) ในสมาร์ทโฟนส่งผลกระทบต่อสังคม เช่น เกิดภัยทางสังคมจากการที่ได้รู้ ได้เห็นกลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันที่จะต้องติดต่อสื่อสารข้อมูลต่างๆ และด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งผู้ใช้ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารที่มาในลักษณะสื่อประสม

---

[๑] พิกุล มีมานะ ดุษฎีวัฒน์ แก้วอินทร์ และสนุก สิงห์มาตร, "การขับเคลื่อนการจัดการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์", **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๓ (พฤศจิกายน-ธันวาคม ๒๕๕๙) : หน้า ๒๐๕.

[๒] วรารัตน์ บุญเรืองจักร, "การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการรัฐกิจ", **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ตุลาคม ๒๕๕๙) : หน้า ๒๐๔.

คือ สามารถรู้ความหมายทั้งในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียงไปในเวลาเดียวกัน หากจะเรียนรู้ในหลักแนวคิดทฤษฎี การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์แล้วจะทำให้เกิดการดำเนินชีวิตก็ดี กิจการงานก็เป็นไปอย่างราบรื่น และสามารถแก้ไขปัญหาอุปสรรคได้[๓] ในปัจจุบันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Line) หากผู้บริโภคไม่ใช้สติในการใช้แล้วเป็นเรื่องที่ดีและเป็นเรื่องที่ร้ายได้เช่นกัน ดังนั้นเราจึงควรใช้ประโยชน์จากสื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด[๔] แม้ว่าในปัจจุบัน เนื้อหาของสื่อจะมีความหลายหลายแตกต่างกันตามลักษณะของสื่อภาพที่นำมาใช้อาจเป็นภาพถ่ายจริงๆ หรือภาพตัดต่อแต่งเติมอาจใช้มุมกล้องและแสงสีในการถ่ายทำการจัดวางภาพเนื้อหาดนตรีต่างถูกร้อยเรียงตามแต่ผู้สร้างจัดการ[๕] จะต้องอ่านสื่อให้ออกเพื่อพัฒนาทักษะในการเข้าถึงสื่อเพราะจะช่วยให้เราเข้าใจสารที่เราได้รับ และประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการออกแบบและถ่ายทอดสารของเรา[๖] จะต้องพัฒนาศักยภาพของผู้รับสื่อให้มีการรู้เท่าทันและการเสพสื่อฯ อย่างมีสติปัญญา ด้วยการศึกษาเรียนรู้ วิเคราะห์เพื่อจะไม่ถูกครอบงำในด้านความคิด พฤติกรรมโดยต้องประยุกต์ใช้หลักหลักผัสสะ[๗] คือการรับรู้ แยกตามประเภทสื่อการรับรู้อาศัยอายตนะภายใน ๖ คือ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ เป็นกระบวนการรับรู้เมื่อผัสสะเกิดขึ้นแล้วดำเนินต่อไปอีกคือ เกิดการรับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้ง ๖ เกิดความรู้สึกต่างๆ ที่เรียกว่าเวทนา การจำได้หมายรู้ (สัญญา) การนำอารมณ์นั้นไปปรุงแต่ง (สังขาร) ตลอดจนการแสดงออกในแง่มุมต่างๆ

โดยพื้นฐานการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค : ไลน์เป็นการเรียนรู้สื่อในด้านการใช้อายตนะ (สื่อ)[๘] ให้ถูกต้องที่ทำหน้าที่ของตน ทำให้เกิดการรับรู้ทางอารมณ์ต่างๆ แล้วเสพอารมณ์นั้นๆ ส่งผลให้ได้รับสุขและทุกข์ เพราะมนุษย์อาศัยกระบวนธรรม ๓ (ความประจวบกันแห่งธรรมทั้ง ๓ เป็นผัสสะ)[๙] (อายตนะภายใน ๖) คือ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ ทำหน้าที่

---

[๓] วรเวช ศิริประเสริฐศรี, “รูปแบบการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดมหาสารคาม”, **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มีนาคม-มิถุนายน ๒๕๕๙) : หน้า ๑๗.

[๔] ภานุวัฒน์ กองราช,“การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook”, **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๔.

[๕] สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, **คู่มือการขับเคลื่อนงานการสร้างภูมิคุ้มกันของสังคมในมิติวัฒนธรรม**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๘.

[๖] พรทิพย์ เย็นจะบก, **เด็กไทยรู้เท่าทันสื่อ ฉลาดรู้...ฉลาดเลือก**, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึกในพระบรรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘), หน้า ๓.

[๗] ม.มู. (ไทย) ๑๒/๙๘/๙๓.

[๘] พระมหาบูรณะ ชาตเมโธ (โพธิ์นอก), “การศึกษาอายตนะ (สื่อ) ที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย), ๒๕๕๔.

[๙] ม.มู (ไทย) ๑๒/๒๐๔/๒๑๓-๒๑๔.

สัมพันธ์กับอายตนะภายนอก ๖ (รูป เสียง กลิ่น รส การสัมผัส ธรรมารมณ์) จึงเกิดการรับรู้ผ่านสื่อทาง ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ เรียกว่า ผัสสะ และเกิดกระบวนการที่เรียกว่า ธรรม ๙ ประการ คือ การอาศัยความแตกต่างกันแห่งธาตุ ผัสสะจึงเกิด เวทนา สัญญา ความดำริ ความพอใจ และการได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสืบเนื่องกัน[๑๐]

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) นำเสนอแนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คเชิงพุทธบูรณาการ ในบริบทของสังคมไทยและทฤษฎีตะวันตก และ ๒) เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คเชิงพุทธบูรณาการ โดยอาศัยหลักธรรมคือ อายตนะ ผัสสะ สติ สัมปชัญญะ อินทรีย์สังวร อคติ โยนิโสมนสิการ และกาลามสูตร เป็นหลัก

๒. แนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมในบริบทสังคมไทยและทฤษฎีตะวันตก

๑. แนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมในบริบทสังคมไทย การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมในบริบทสังคมไทยถือว่ามีความจำเป็นต่อสังคมไทยในปัจจุบัน เนื่องจากกระแสวัฒนธรรมข้ามชาติที่ไหลบ่ามากับสื่อเทคโนโลยี ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ทำให้หลงลืมวัฒนธรรมอันดีงาม จนทำให้วิถีชีวิตดั้งเดิมกำลังสูญหายไปจากสังคมไทยจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมขึ้น โดยนักวิชาการได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการสร้างภูมิกันทางสังคม ดังนี้

ประเวศ วะสี[๑๑] ให้นิยามคำว่า ภูมิคุ้มกันทางสังคม คือ ครอบครัวอบอุ่นและชุมชนเข้มแข็ง ถ้าครอบครัวอบอุ่นและชุมชนเข้มแข็งก็จะทำให้โรคต่างๆ ทางสังคมทำอันตรายไม่ได้ ควรหันมาใช้วัคซีนทางสังคม คือ ส่งเสริมให้ครอบครัวเป็นปึกแผ่นและชุมชนเข้มแข็ง และผลักดันให้เป็นนโยบายและทิศทางการพัฒนาประเทศ เมื่อสังคมมีภูมิคุ้มกันเราก็ไม่ต้องเป็นโรคติดเชื้อหรือโรคมะเร็งทางสังคม ทำชีวิตให้ยืนยาวและมีคุณภาพ

เกษม วัฒนชัย องคมนตรี[๑๒] ให้นิยามคำว่า การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมในตัวที่ดี ในด้านสังคม และวัฒนธรรมไว้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อธิบาย ๓ ห่วง ๒ เงื่อนไข คือ การมีเหตุผลพอประมาณ และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี โดยอยู่ในเงื่อนไขของการมีความรู้และคุณธรรมในการดำเนินชีวิตไว้ว่า ภูมิคุ้มกันด้านสังคมที่เข้มแข็งคือ รู้-รัก-สามัคคี ร่วมมือร่วมใจกัน ช่วยเหลือกัน มีคุณธรรม ใฝ่ศาสนา สังคมสีขาว มีความอยู่เย็นเป็นสุข และมีทุนทางสังคมสูง ส่วนการมีภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง มีความร่วมมือ รวมใจ สามัคคี ปัจเจกบุคคล เป็นทั้งคนเก่งและดีจนนำไปสู่สังคมอยู่เย็นเป็นสุข ดังนั้น การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง

---

[๑๐] ที.ปา (ไทย) ๑๒/๔๕๒/๔๙๑.

[๑๑] ประเวศ วะสี อ้างถึงใน สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, **คู่มือการขับเคลื่อนงานการสร้างภูมิคุ้มกันของสังคมในมิติวัฒนธรรม**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๑.

[๑๒] เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒.

อาศัยทุกภาคส่วนเป็นภาคีเครือข่ายและการหาทางแก้ปัญหาโดยจะต้องเป็นนโยบายยุทธศาสตร์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

๒. แนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมตามนโยบายและยุทธศาสตร์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านนโยบายรัฐบาล ข้อที่ ๔.๔.๔ สร้างสรรค์อารยธรรมที่ดีงามสู่วิถีชีวิตและสังคมคุณภาพและข้อ ๔.๔.๗ ขยายบทบาทและสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายทางวัฒนธรรมที่ครอบคลุมวิถีชีวิตและสื่อทุกประเภทที่มีผลกระทบต่อความเบี่ยงเบนทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมและพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน พร้อมทั้งขจัดสื่อร้าย ขยายสื่อดีเพื่อนำไปสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมอย่างเท่าทันสถานการณ์[๑๓] ด้านพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดีทัศน์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ ว่าด้วยภาพยนตร์และกฎหมายการควบคุมกิจการเทปและวัสดุโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน รวมทั้งการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ การประกอบกับกิจการภาพยนตร์สื่อภาพยนตร์ วีดีทัศน์ และเกม รวมไป โดยมีกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ดูแลการประกอบกิจการร้านเกมและอินเตอร์เน็ตในส่วนกลาง และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดดูแลในส่วนภูมิภาค[๑๔] ด้านระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ มีเป้าหมายสำคัญในการบูรณาการร่วมมือและระดมสรรพกำลังจากหน่วยงานทุกภาคส่วนในการดำเนินภารกิจ ขจัดสื่อร้าย ขยายสื่อดี และสร้างภูมิคุ้มกันให้สังคม โดยมีคณะอนุกรรมการ จำนวน ๔ คณะ ประกอบด้วย ๑) คณะอนุกรรมการจัดทำและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒) คณะอนุกรรมการส่งเสริมสนับสนุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๓) คณะอนุกรรมการสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ ๔) คณะอนุกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จังหวัด

สรุปได้ว่า ภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คคือ การส่งเสริมให้ครอบครัวเป็นปึกแผ่นและชุมชนเข้มแข็ง โดยรัฐส่งเสริมยุทธศาสตร์และกฎหมายให้หน่วยงานเป็นผู้รับไปปฏิบัติ โดยอาศัยภาคีเครือข่ายส่งเสริมขอให้เพื่อนคนไทยสนใจเรื่องสื่อนี้ ทั้งที่ทำได้ด้วยตนเอง และทั้งโดยการผลักดัน คือรู้-รัก-สามัคคี ร่วมมือร่วมใจกัน/ช่วยเหลือกัน มีคุณธรรม-ใฝ่ศาสนา สังคมสีขาว มีความอยู่เย็นเป็นสุขและมีทุนทางสังคมสูง รู้เท่าทันสื่ออย่างชาญฉลาด เพื่อเป็นวัคซีนต้านทานสื่อที่ไม่พึงประสงค์ต่อไป

---

[๑๓] สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, **คู่มือการขับเคลื่อนงานการสร้างภูมิคุ้มกันของสังคมในมิติวัฒนธรรม**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๓.

[๑๔] เรื่องเดียวกัน, หน้า ๕.

๓. แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในทัศนะต่างๆ

๑. ความหมายทั่วไปของการรู้เท่าทันสื่อในยุคของการสื่อสารที่เรียกว่า การสื่อสารไร้พรมแดน (Borderless Communications) เป็นยุคที่มนุษย์สามารถที่จะข้ามประตูไปพบปะพูดคุยกับใครก็ได้ที่ไหนก็ได้ โดยผ่านการใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ[๑๕] การรู้เท่าทันสื่อได้ใช้กันอยู่หลายคำ เช่นคำว่า “Media Education” “Media Awareness” “Media Studies” และ “Media Literacy” คำแรกเป็นคำที่ใช้กันในประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลียและประเทศอื่นๆ ส่วนคำว่า “media interacy” มักใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมุ่งให้เกิดความรู้ในการอ่านและวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันสื่อและเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในเชิงสังคม

พรทิพย์ เย็นจะบก[๑๖] ให้ความหมายว่า การรู้เท่าทันสื่อคือ การอ่านสื่อให้ออกเพื่อพัฒนาในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่าและเข้าใจผลกระทบของสื่อ และสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ได้ ในแง่ความหมายและขอบเขตทั่วไปของคำว่า สื่อ หมายถึงสื่อมวลชนประเภทต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต และช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ เช่น หนังสือ แผ่นโปสเตอร์ แผ่นภาพ สื่อโฆษณา[๑๗]

สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ เป็นกระบวนการรับรู้ของมนุษย์คือ เกิดกระบวนการรับรู้สื่อ การแสวงหาข้อมูล การเปิดรับข้อมูลหรือการเปิดรับประสบการณ์ที่เป็นพลังสร้างสรรค์ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ การคิดสร้างสรรค์ และเพิ่มความสามารถในการสื่อสาร และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง ทำให้เกิดตระหนักรู้ในการสื่อสาร รู้จักสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ ถือว่าเป็นพลังที่จะช่วยสังคมให้เข้มแข็งในเชิงโครงสร้าง

๒. องค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในบริบทของสังคมไทย ๕ ด้าน คือ ๑) การเปิดรับสื่อตามทฤษฎีการสื่อสารที่ว่าด้วยประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ตัวกลาง ที่เป็นสื่อกลางในการส่งผ่านสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น สัมผัส จะเป็นสิ่งที่ผู้รับสื่อใช้เพื่อการรับสื่อของพวกเขาขึ้นอยู่กับว่าการสื่อสารนั้นจะผ่านสื่อใด ๒) การวิเคราะห์สื่อ การแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของ

---

[๑๕] จริยา ปันทวังกูร, “แนวทางการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”, **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (มีนาคม-มิถุนายน ๒๕๕๘) : หน้า ๕๗.

[๑๖] พรทิพย์ เย็นจะบก, **ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ**, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ออฟเซ็ท ศรีเอชั่น จำกัด, ๒๕๕๒), หน้า ๑๓.

[๑๗] วิวัฒน์ กิตติพรพานิช, “การรับรู้สื่อโฆษณาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการโฆษณาของผู้ให้การบริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่”, **วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่), ๒๕๔๖.

สื่อการวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ๓) การเข้าใจสื่อเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว ผู้รับจะพยายามทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ทำความเข้าใจภาษาเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท ๔) การประเมินค่าสื่อ หลังจากที่ผู้รับสื่อทำความเข้าใจสื่อแล้ว ควรจะทำการประเมินค่าในสิ่งที่สื่อนำมาเสนอว่ามีคุณภาพหรือมีคุณค่ามากน้อยเพียงใด ถูกต้องกับสภาพสังคมนั้นๆ หรือไม่มีคุณธรรมจริยธรรม และ ๕) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ถ้าผู้รับสื่อได้ใช้การวิเคราะห์หรือทำความเข้าใจในองค์ประกอบตามขั้นต้นทั้ง ๕ ข้างต้นแล้ว ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อที่ครบถ้วนและควรนำสิ่งที่ตนวิเคราะห์จนเข้าใจอย่างถ่องแท้ไปใช้ประโยชน์ได้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการและมีความรับผิดชอบต่อสังคม[๑๘]

๓. การรู้เท่าทันสื่อมีมิติที่สัมพันธ์กันอยู่ ๔ ด้าน ได้แก่ ๑) การรับรู้และความเข้าใจ คือ ความสามารถในการแยกแยะเข้าใจตั้งแต่สัญลักษณ์ง่ายๆ ไปจนเรื่องที่มีความซับซ้อน เช่น เนื้อหาสารถูกผลิตขึ้นอย่างไร ๒) อารมณ์และความรู้สึกคือ ความสามารถในการจำแนกสัญลักษณ์ที่สื่อใช้กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ และกำลังรับรู้ว่าสื่อต้องการกระตุ้นให้เรามีความรู้สึกอะไร และสามารถใช้สื่อเพื่อปรับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ตามต้องการอย่างไร ๓) สุนทรียภาพคือ ความสามารถในการเข้าถึงและเล็งเห็น คุณค่าของเนื้อหาสื่อในมุมมองด้านศิลปะ จำแนกความแตกต่างระหว่างศิลปะและของเลียนแบบ รู้เข้าใจสไตล์ศิลปะของผู้ประพันธ์ นักเขียน มองเห็นคุณค่าความงามของกลวิธีการสร้างงานสื่อ และ ๔) ศีลธรรมคือ สามารถวินิจฉัยพิจารณาและตัดสินได้ว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิด ดีหรือร้าย ค่านิยมของสังคม ขนบประเพณีหรือระบบวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ ที่สื่อถูกผลิตออกมา ตลอดจนมาตรฐานการผลิต จรรยาบรรณวิชาชีพ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อในเรื่องนั้นๆ[๑๙]

สรุปได้ว่า หลักการรู้เท่าทันสื่อฯ เพื่อมุ่งเน้นความสามารถของมนุษย์ในการวิเคราะห์การประเมินด้วยความเข้าใจสื่อฯ อย่างลึกซึ้ง ตามองค์ประกอบของสาร ผู้รับสาร เป้าหมาย แรงจูงใจของผู้ส่ง รู้การผลิต เทคนิคการดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร การแสวงหา การจัดการและการเรียกใช้สื่อ การคิดวิเคราะห์ด้วยการตีความ แยกแนวคิด เหตุผล ประเภท และการประเมินค่า ความเข้าใจกระบวนการสื่อสาร วิเคราะห์ตามหลักการคิดอย่างมีวิจารณญาณพื้นฐาน ๔ ด้านดังกล่าวข้างต้น

๔. แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อตามทฤษฎีตะวันตก

การรู้เท่าทันสื่อตามทฤษฎีตะวันตกเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับคนยุคปัจจุบันที่จะทำให้เข้าใจและสามารถพัฒนาในด้านการใช้สื่อรับสื่อ

---

[๑๘] พรทิพย์ เย็นจะบก, **เด็กไทยรู้เท่าทันสื่อ ฉลาดรู้...ฉลาดเลือก**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘), หน้า ๓-๕.

[๑๙] เรื่องเดียวกัน, หน้า ๖.

อย่างสร้างสรรค์โดยสามารถวิพากย์ วิเคราะห์ วิจารณ์ รู้เทคนิคต่างๆ ของสื่อ เพื่อผลิตสื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุดตามแนวคิดทฤษฎีตะวันตก ในปัจจุบันเทคโนโลยีในยุคของกระแสโลกาภิวัตน์ ได้มีการพัฒนาและมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อรูปแบบการปฏิบัติและการจัดการในด้านต่างๆ จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ ระบบอินเตอร์เน็ต ระบบเครือข่ายต่างประเทศเพื่อการติดต่อสื่อสาร โดยเปิดกว้างในเรื่องของการพัฒนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้การศึกษา[๒๐]

๑. การรู้เท่าทันสื่อตามทฤษฎีตะวันตก การรู้เท่าทันสื่อ มีความหมายตรงกับคำว่า “Media Literacy” คำว่า Media “สื่อ” ในขอบเขตทั่วไป หมายถึง สื่อที่เป็นสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต และช่องทางสื่อสารอื่นๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อโฆษณา คำว่า “Literacy” หมายถึง การอ่านออกเขียนได้ วิเคราะห์ ประเมิน ศึกษาเพื่อการสื่อสารหรือการให้ความรู้เรื่องโสตทัศน์

การรู้เท่าทันสื่อ มีหลายความหมายตามทัศนะของชาวตะวันตกแสดงไว้ว่า[๒๑]

จอห์น พันเจ็นเต้ (John Pungente) อธิบายว่า ทักษะความคิดวิพากษ์ธรรมชาติของสื่อ เข้าใจผลกระทบที่เกิดขึ้น เข้าใจเป้าหมายตามความเป็นจริงของสื่อ การได้รับความพอใจและความสามารถในการสร้างสื่อเพื่อสื่อสารกับผู้อื่น

สแตนเลย์ เจ.บารัน (Stanley J. Baran) กล่าวถึงการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า การเป็นผู้บริโภคที่สามารถวิพากษ์วิจารณ์ ด้วยความเข้าใจความหมายเกี่ยวกับสื่อ ความหมาย คำ สัญลักษณ์เสียง ที่เชื่อมโยงกันของสื่อประเภทต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตีความร่วมในสังคม

ควิน แมกซ์มาฮอน (Quin, McMahon) กล่าวไว้ว่า คือ ความสามารถเข้าใจประเภทของสาร ผู้รับสาร เป้าหมาย แรงจูงใจของผู้ส่ง การรู้การผลิต เทคนิคการดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้รับสาร ในแง่ทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ ตามแนวคิดของชาวตะวันตก เช่น เรนีฮอบบ์ (Renee Hobbs) ได้อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อขึ้นอยู่กับการเรียนรู้เท่าทันสื่อที่เกี่ยวข้องกับการอ่าน การเขียนการพูดและการฟัง ซึ่งขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมของแต่ละคน[๒๒] ตามทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อมีองค์ประกอบที่สำคัญ[๒๓] คือ ๑) ความสามารถถอดรหัส

---

[๒๐] พงษ์ศักดิ์ ดรพินิจ, “ยุทธศาสตร์การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”, **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (มีนาคม-มิถุนายน ๒๕๕๘) : หน้า ๑๕.

[๒๑] ดวงแก้ว เธียรสวัสดิ์กิจ, “กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี”, **วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๒.

[๒๒] วิสาลักษณ์ สิทธิ์ขุนทด, “การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้ทันสื่อของนักเรียนมัธยมชั้นปีที่ ๓ ในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร”, **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย), ๒๕๕๑.

สัญลักษณ์ การสะสมคำศัพท์ที่หลากหลาย การมีทักษะในการแสวงหา และจัดการเรียกใช้ ๒) ความสามารถในการวิเคราะห์ ตีความ การจัดประเภทแนวคิด ความเป็นเหตุเป็นผล ๓) การประเมินสื่อ คือการตัดสินคุณค่า ผลกระทบที่จะตามมา ๔) ความสามารถใช้สื่อตามความหมาย คือการมีทักษะสื่อสารกับคนทั่วไป ควบคู่กับการมีทักษะผลิตสื่อเพื่อการศึกษาเรียนรู้

สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อตามทฤษฎีตะวันตกจึงมีสาระสำคัญ เพื่อการฝึกความสามารถด้านทักษะต่างๆ คือ การพัฒนาคนให้มีโครงสร้างเกี่ยวกับสื่อ ให้เข้าใจถึงอุตสาหกรรมสื่อ เนื้อหาสื่อ มุมมองอย่างกว้างผลกระทบสื่อ การพัฒนาสุนทรียะ อารมณ์ และจริยธรรม จุดสำคัญคือ การรู้จักสืบค้นหาความจริง รู้จักตีความและหารูปแบบการตีความภายในเนื้อหาสื่อ การตั้งข้อสงสัย เพื่อไม่ให้ด่วนเชื่อสื่อในการแสวงหาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ และรู้จักรับผิดชอบต่อสังคม

๕. แนวทางการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อเชิงพุทธบูรณาการ กรณีศึกษา : Line

๑. การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อด้วยหลักอายตนะและผัสสะ พระพุทธศาสนาสอนการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมและการรู้เท่าทันสื่อด้วยการใช้หลักอายตะและผัสสะที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นฐานการรับรู้ของมนุษย์ผ่านประสาทสัมผัส ทางตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ ตามหลักในสัมมาทิฏฐิที่แสดงอายตนะทั้ง ๖ คือ ๑) จักขุอายตนะ (อายตนะคือตา) ๒) โสตอายตนะ (อายตนะคือหู) ๓) ฆานอายตนะ (อายตนะคือจมูก) ๔) ชิวหายตนะ (อายตนะคือลิ้น) ๕) กายายตนะ (อายตนะคือกาย) ๖) มโนอายตนะ (อายตนะคือใจ)[๒๔] และแสดงผัสสะไว้ ๖ ประการ คือ จักขุสัมผัส (สัมผัสคือตา) ๒) โสตสัมผัส (สัมผัสคือหู) ๓) ฆานสัมผัส (สัมผัสคือจมูก) ๔) ชิวสัมผัส (สัมผัสคือลิ้น) ๕) กายสัมผัส (สัมผัสคือกาย) ๖) มโนสัมผัส (สัมผัสทางใจ)[๒๕] อายตนะเป็นสาเหตุให้เกิดผัสสะ เมื่ออายตนะไม่มี ผัสสะก็ไม่มี ตามนัยพระสูตรว่า เพราะอายตนะ ๖ เกิด เหตุเกิดแห่งผัสสะจึงมี เพราะอายตนะ ๖ ดับ ความดับแห่งผัสสะจึงมี เมื่อแยกประเภทของอายตนะออกเป็นอายตนะภายใน ๖ และอายตนะภายนอก ๖ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันเป็นคู่กันตามหน้าที่ ระหว่างสิ่งรับรู้ภายในกับสิ่งที่ถูกรู้ภายนอก คือ ๑) ตากับรูป ๒) หูกับเสียง ๓) จมูกกับกลิ่น ๔) ลิ้นกับรส ๕) กายกับโผฏฐัพพะ ๖) ใจกับธรรมารมณ์ อายตนะจึงมีบทบาทสำคัญต่อมนุษย์ โดยเฉพาะการใช้อายตนะเพื่อรับรู้สื่อที่เน้นการใช้อายตนะ ๓ ส่วนหลัก ดังนั้น ในแง่ผัสสะมีความสัมพันธ์กับอายตนะ ในลักษณะทำหน้าที่

---

[๒๓] สุภาณี แก้วมณี, “การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”, **วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๔๗.

[๒๔] ม.มู. (ไทย) ๑๒/๙๙/๙๔.

[๒๕] ม.มู. (ไทย) ๑๒/๙๙/๙๓.

เชื่อมโยงตามกระบวนการ ๓ ประการ ดังปรากฏในมธุปิณฑิกสูตรว่า จักขุวิญญาณเกิดขึ้น เพราะอาศัยจักขุและรูปารมณ์ ความประจวบกันแห่งธรรมทั้ง ๓ เป็นผัสสะ เพราะผัสสะเป็นปัจจัยเวทนาจึงเกิดบุคคลเสวยอารมณ์ใด ย่อมหมายรู้อารมณ์นั้น บุคคลหมายรู้อารมณ์ใด ย่อมตรึกอารมณ์นั้น บุคคลย่อมตรึกอารมณ์ใด ย่อมคิดปรุงแต่งอารมณ์นั้น บุคคลย่อมคิดปรุงแต่งอารมณ์ใด เพราะความคิดปรุงแต่งอารมณ์นั้นเป็นเหตุแง่ต่างๆ แห่งปปัญจสัญญาย่อมครอบงำบุรุษ ในรูปโสตวิญญาณเกิดขึ้นเพราะอาศัยโสตะและสัททารมณ์ ฯลฯ มโนวิญญาณเกิดขึ้นเพราะอาศัยมโนและสัททารมณ์ ความประจวบกันแห่งธรรมทั้ง ๓ เป็นผัสสะ เพราะผัสสะเป็นปัจจัยเวทนาจึงเกิดบุคคลเสวยอารมณ์ใด ย่อมหมายรู้อารมณ์นั้น บุคคลหมายรู้อารมณ์ใด ย่อมตรึกอารมณ์นั้น บุคคลย่อมตรึกอารมณ์ใด ย่อมคิดปรุงแต่งอารมณ์นั้น บุคคลย่อมคิดปรุงแต่งอารมณ์ใด เพราะความคิดปรุงแต่งอารมณ์นั้นเป็นเหตุแง่ต่างๆ แห่งปปัญจสัญญาย่อมครอบงำบุรุษ ในธรรมารมณ์ทั้งหลายที่จะพึงรู้แจ้งทางใจ ทั้งที่เป็นอดีต อนาคต และปัจจุบัน[๒๖]

การทำหน้าที่ของผัสสะ ๖ คือ บุคคลเห็นรูปทางตา จะเกิดการนึกถึงรูปที่ได้เห็นแล้ว ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจยินดี หรือความรู้สึกชอบใจและอุเบกขา คือความรู้สึกเฉยๆ ดังปรากฏในสฬายตนวิภังคสูตรว่า บุคคลเห็นรูปทางตา ย่อมนึกหน่วงรูปอันเป็นที่ตั้งแห่งโสมนัส ย่อมนึกหน่วงรูปอันเป็นที่ตั้งแห่งโทมนัส ย่อมนึกหน่วงรูปอันเป็นที่ตั้งแห่งอุเบกขาไว้รู้แจ้งธรรมารมณ์อันเป็นที่ตั้งแห่งโทมนัส ย่อมนึกหน่วงธรรมารมณ์อันเป็นที่ตั้งแห่งโสมนัส ย่อมนึกหน่วงธรรมารมณ์อันเป็นที่ตั้งแห่งโทมนัส ย่อมนึกหน่วงธรรมารมณ์อันเป็นที่ตั้งแห่งอุเบกขา ความนึกหน่วงฝ่ายโสมนัส ๖ ความนึกหน่วงฝ่ายโทมนัส ๖ ฝ่ายอุเบกขา ๖ ย่อมมีด้วยประการฉะนี้[๒๗]

การรับรู้ของมนุษย์อาศัยกระบวนธรรม ๓ ดังกล่าวไว้ คือ อายตนะภายใน ๖ (ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ) ทำหน้าที่สัมพันธ์กับอายตนะภายนอก ๖ (รูป เสียง กลิ่น รส การสัมผัสธรรมารมณ์) จึงเกิดการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทางตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ (คือ วิญญาณ ๖)[๒๘] รวมเรียกว่า ผัสสะ สิ่งที่เกิดขึ้นต่อจากผัสสะ ก็คือความรู้สึกผ่านอายตนะเรียกว่า เวทนา[๒๙] “สัญญา”[๓๐] และการคิดปรุงแต่งอารมณ์ต่างๆ[๓๑] (สังขาร) ซึ่งการคิดปรุงแต่งเป็นเหตุให้เกิดปปัญจสัญญาคือ “ตัณหา มานะ ทิฏฐิ”[๓๒] ดังปรากฏในทสุตตรสูตร หลักการเมื่อสรุปในเชิงกรอบแนวคิดได้ดังนี้

---

[๒๖] ม.มู (ไทย) ๑๒/๒๐๔/๒๑๓-๒๑๔.

[๒๗] ม.อุ. (ไทย) ๑๔/๓๐๕/๓๗๐.

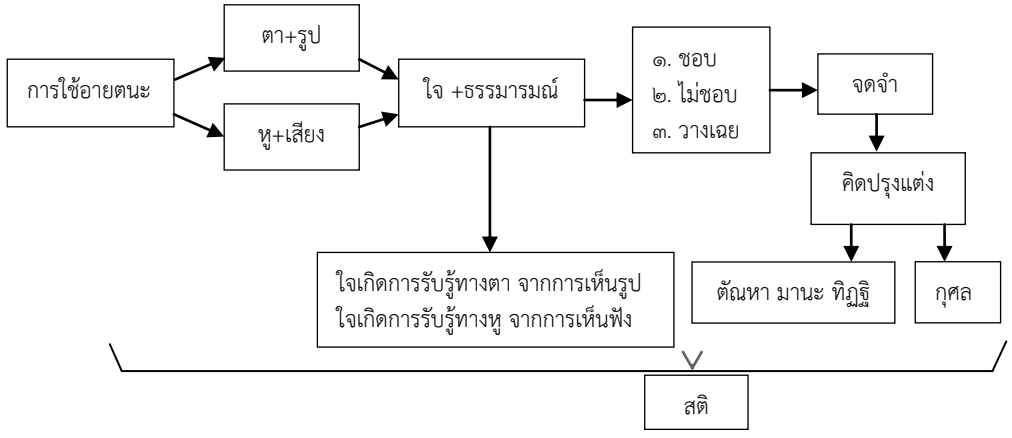
[๒๘] สำนิ. (ไทย) ๑๖/๒/๗.

[๒๙] สำนิ. (ไทย) ๑๖/๒/๖.

[๓๐] สำนิ. (ไทย) ๑๖/๒/๗.

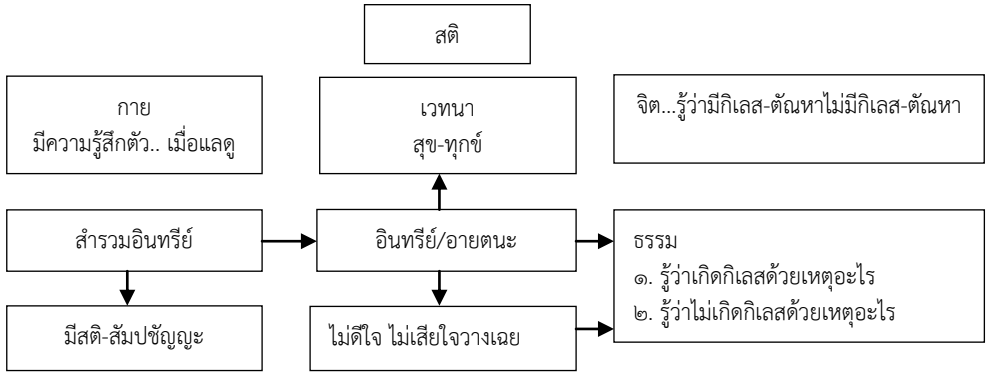
[๓๑] ที.ม. (ไทย) ๑๐/๓๕๘/๒๘๖.

[๓๒] ม.มู. (ไทย) ๑๒/๒๐๑/๒๑๒.



ภาพที่ ๑ แสดงกระบวนการอายตนะและผัสสะเพื่อรู้เท่าทันสื่อ

๒. การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อด้วยสติสัมปชัญญะและอินทรีย์สังวร หลักสติสัมปชัญญะและอินทรีย์สังวรมีความเกี่ยวข้องผ่านกระบวนการของอายตนะเน้นตากับรูป หูกับเสียง และใจกับธรรมารมณ์ เพื่อรู้เท่าทันสื่อฯ ตามนัยพระสูตรพบว่า “สติ ความระลึกได้ สัมปชัญญะ ความรู้ตัว[๓๓] และ“การสำรวมอินทรีย์ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ[๓๔] หลักการเมื่อสรุปในเชิงกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ ๒ แสดงหลักการของสติสัมปชัญญะและอินทรีย์สังวรเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ

---

[๓๓] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๐๔/๒๕๕.

[๓๔] องฺ.ปญฺจก. (ไทย) ๒๒/๒/๓.

๓. การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Line) ด้วยการพิจารณาตามหลักอคติ หลักโยนิโสมนสิการ และหลักกาลามสูตร การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อด้วยหลักอคติ หมายถึง ความลำเอียง ที่มีลักษณะ ๔ ประการ ๑) ลำเอียงเพราะชอบ เรียกว่า ฉันทาคติ ๒) ลำเอียงเพราะชัง เรียกว่า โทสาคติ ๓) ลำเอียงเพราะหลง เรียกว่า โมหาคติ ๔) ลำเอียงเพราะกลัว เรียกว่า ภยาคติ[๓๕] มีกรอบแนวคิดว่า สื่อที่เราได้รับมีรูปแบบหรือทัศนคติที่เบี่ยงเบนไปในทางใด ต้องพิจารณาถึงต้นเค้าหาสาเหตุผล แยกแยะวิเคราะห์ดูด้วยปัญญาอย่างเป็นระบบตามสภาวะและตามความสัมพันธ์แห่งเหตุปัจจัย[๓๖] คิดอย่างมีระเบียบ วิเคราะห์ เพื่อสร้างปัญญาเพราะความเห็นที่ถูกต้องจะช่วยสร้างสภาวะจิตให้เกิดกุศลธรรม และพัฒนาให้มีคุณธรรมที่สูงขึ้น ไม่ให้เกิดความหลงผิด ป้องกันอสัทธรรมหรืออกุศลธรรม ๑๐ ได้[๓๗] แต่การพัฒนาปัญญาต้องอาศัยเครื่องมือคือ หลักโยนิโสมนสิการ[๓๘] และการเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมต่างๆ จากปัจจัยภายนอก ที่เรียกว่า ปรโตโฆสะ เช่น รับประสบการณ์จากครูบาอาจารย์สอนหรือ บิดามารดาสอน เป็นต้น หลักกาลามสูตร (เกสปุตติสูตร) เกี่ยวข้องกับวิธีการตรวจแนวคิดความเชื่อโดยต้อง มีวิจารณญาณก่อนที่จะปลงใจเชื่อในเรื่องอะไรก็ตาม ซึ่งปรากฏในพระไตรปิฎก ดังนี้

กาลามะทั้งหลาย ท่านทั้งหลาย ๑) อย่าปลงใจเชื่อด้วยการฟังตามกันมา ๒) อย่าปลงใจเชื่อด้วยการถือสืบๆ กันมา ๓) อย่าปลงใจเชื่อด้วยการเล่าลือ ๔) อย่าปลงใจเชื่อด้วยการอ้างตำราหรือคัมภีร์ ๕) อย่าปลงใจเชื่อเพราะตรรกะ ๖) อย่าปลงใจเพราะการอนุมาน ๗) อย่าปลงใจเชื่อด้วยการคิดตรองตามแนวเหตุผล ๘) อย่าปลงใจเชื่อเพราะเข้าได้กับทฤษฎีที่พินิจไว้แล้ว ๙) อย่าปลงใจเพราะมองเห็นรูปลักษณะพอเป็นไปได้ และ ๑๐) อย่าปลงใจเชื่อเพราะนับถือว่า ท่านสมณะนี้เป็นครูของเรา[๓๙]

จากการเขียนบทความนี้ ทำให้ได้องค์ความรู้ตามหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา ที่สามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดของการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อโซเชียวเน็ตเวิร์คเชิงพุทธบูรณาการกรณีศึกษา : ไลน์ ๗ ประการ ดังนี้

๑. การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้หลักอายตนะและผัสสะ

๒. หลักการรับรู้อย่าง มีสติสัมปชัญญะ

๓. การคิดวิเคราะห์ หาสาเหตุว่าสื่อ

---

[๓๕] ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๑/๒๘๘.

[๓๖] พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**, (กรุงเทพมหานคร : เอส. อาร์. พริ้นติ้งแมสโปรดักส์, ๒๕๕๑), หน้า ๕๗.

[๓๗] อภิ.วิ. (ไทย) ๓๕/๓๙๓/๓๒๙.

[๓๘] อภิ.วิ. (ไทย) ๓๕/๙๓๖/๕๘๖.

[๓๙] องฺ.ทุก. (ไทย) ๒๐/๖๖/๒๕๖-๒๕๗.

มีคุณค่าหรือไม่มีค่าด้วยหลักโยนิโสมนสิการ

๔. การวิพากษ์ ตั้งประเด็นคำถาม ศึกษาผลกระทบ และพิจารณาว่าสื่อจะมีคุณค่าอะไรต่อไปหรือไม่ ด้วยหลักกาลามสูตร

๕. การสร้างกรอบแนวคิดในการป้องกันตนเอง หรือรับสื่อมาโดยไม่ระวัง และไม่ตกเป็นทาสของสื่อด้วยหลักอินทรีย์สังวร

๖. ทำให้ทราบทัศนคติ ค่านิยมที่สื่อนำเสนอ ไม่เอนเอียงไปทางใดทางหนึ่ง ด้วยหลักอคติ

๗. การพัฒนาปัญญา ด้วยการแสวงหาความรู้ที่ถูกต้อง ยึดหลักคุณธรรม ศีลธรรม และจริยธรรม เพื่อป้องกันการหลงผิดสำรวมระวังอินทรีย์ มีสติอยู่ทุกขณะ ไม่ปล่อยอารมณ์หลงไปตามอำนาจกิเลส หรือเป็นทุกข์เพราะไปยึดติดผัสสะ ใช้ปัญญาวิเคราะห์และประเมินด้วยโยนิโสมนสิการ และมีเกณฑ์การวิเคราะห์หรือตัดสินด้วยใช้หลักกาลามสูตร

๕. สรุป

การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมในการรู้เท่าทันสื่อในบริบทสังคมไทยเป็นนโยบายของรัฐบาล เพื่อขยายบทบาทและสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายทางวัฒนธรรมในการป้องกันสื่อทุกประเภทที่มีผลกระทบต่อความเบี่ยงเบนทางวัฒนธรรม โดยมีพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดีทัศน์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๙) และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ ที่บูรณาการร่วมมือและระดมสรรพกำลังจากหน่วยงานทุกภาคส่วนในการดำเนินภารกิจ “ขจัดสื่อร้าย ขยายสื่อดี และสร้างภูมิคุ้มกันให้สังคม”ประกอบกับยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรมที่ ๒ ซึ่งสร้างค่านิยม จิตสำนึก และภูมิปัญญาคนไทยในการสร้างภูมิคุ้มกัน คือ ๑) เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนซึมซับและใช้วัฒนธรรมเป็นหลักในการสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อเตรียมพร้อมรับกระแสโลกาภิวัตน์ ผ่านศาสนาและวิถีชีวิตความเป็นไทย ๒) เพื่อส่งเสริมกิจกรรมที่สร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนตั้งแต่ระดับครอบครัวสู่สังคมได้อย่างเท่าทัน

ด้านการรู้เท่าทันสื่อตามทฤษฎีตะวันตกนั้นมีสาระสำคัญ เพื่อการฝึกความสามารถด้านทักษะต่างๆ คือการพัฒนาคนให้มีโครงสร้างเนื้อหามุมมองอย่างกว้างผลกระทบสื่อ การพัฒนาสุนทรียะ อารมณ์ และจริยธรรมคือ การรู้จักสืบค้นหาความจริง ตีความภายในเนื้อหาสื่อ โดยเชื่อมโยงองค์ประกอบและผลที่สืบเนื่องกัน การตั้งข้อสงสัยไม่ให้ด่วนเชื่อสื่อ จะต้องหาข้อมูลด้วยการแสวงหาประสบการณ์จากเนื้อหาตอบสนองทางสุนทรียะ อารมณ์และจริยธรรม ดังนั้น เมื่อสรุปตามทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อนี้มี ๘ ขั้นตอน ๑) รู้พื้นฐาน ๒) รู้ภาษา ๓) รู้วิธีการ ๔) รู้ตั้งข้อสงสัย ๕) รู้แสวงหาความรู้ ๖) รู้จักทดลอง ๗) รู้วิเคราะห์คุณค่า และ ๘) รู้รับผิดชอบ

การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค เชิงพุทธบูรณาการ กรณีศึกษา : Line เป็นการนำเอาคำสอนในพระพุทธศาสนามาเป็นกรอบในการสร้างภูมิคุ้มกันเน้นการใช้-การรับสื่ออย่างมีสติ เพื่อพัฒนาปัญญา เสพสื่อภายนอก

ด้วยการรู้จักใช้ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ อย่างถูกต้อง มีสติ ไม่ติดอุปาทาน เป็นตัวกลางคอยควบคุมรับรู้เท่าทันสถานการณ์ปัจจุบัน ในสิ่งชอบ ไม่ชอบ มีเหตุผลตามหลักโยนิโสมนสิการ วิเคราะห์และตรวจสอบสื่อ ด้วยหลักกาลามสูตรและพิจารณาบทบาทบนพื้นฐานทางศีลธรรมและจริยธรรมด้วยองค์ความรู้ที่ได้เพื่อนำไปใช้ให้เกิดการพัฒนาปัญญามากที่สุดคือ แนวทางของ Social Immunization with Social Network's Media Literacy in Buddhist Approach in case study : Line ที่จะต้องเรียนรู้ เรียนรับ และแนวทางแก้ไขให้เหมาะกับสภาพของสื่อสังคมในปัจจุบันต่อไป

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

(ก) ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. **พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

(ข) ข้อมูลทุติยภูมิ

(๑) หนังสือ :

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**. กรุงเทพมหานคร : เอส. อาร์. พริ้นติ้งแมสโปรดักส์, ๒๕๕๑.

พรทิพย์ เย็นจะบก. **เด็กไทยรู้เท่าทันสื่อ ฉลาดรู้...ฉลาดเลือก**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘.

_____. **ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ออฟเซ็ทศรีเอชั่น จำกัด, ๒๕๕๒.

สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. **คู่มือการขับเคลื่อนงานการสร้างภูมิคุ้มกันของสังคมในมิติวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗.

(๒) วารสาร :

จริยา ปันทวังกูร. "แนวทางการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ". **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (มีนาคม-มิถุนายน ๒๕๕๘).

พงษ์ศักดิ์ ดรพินิจ. "ยุทธศาสตร์การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ". **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (มีนาคม-มิถุนายน ๒๕๕๘).

พิกุล มีมานะ ดุษฎีวัฒน์ แก้วอินทร์ และสนุก สิงห์มาตร. “การขับเคลื่อนการจัดการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์”. **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๓ (พฤศจิกายน-ธันวาคม ๒๕๕๙).

วรารัตน์ บุญเรืองจักร. “การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการรัฐกิจ”. **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ตุลาคม ๒๕๕๙).

วรเวช ศิริประเสริฐศรี. “รูปแบบการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดมหาสารคาม”. **วารสารวิชาการธรรทรรศน์**, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๑ (มีนาคม-มิถุนายน ๒๕๕๙).

(๓) วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์/สารนิพนธ์/รายงานการวิจัย :

ดวงแก้ว เธียรสวัสดิ์กิจ. “กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี”. **วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๒.

ภานุวัฒน์ กองราช. “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook”. **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔.

วิวัฒน์ กิตติพรพานิช. “การรับรู้สื่อโฆษณาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อการโฆษณาของผู้ให้การบริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่”. **วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๖.

วิสาลักษณ์ สิทธิ์ขุนทด. “การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้ทันสื่อของนักเรียนมัธยมชั้นปีที่ ๓ ในโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร”. **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑.

พระมหาบูรณะ ชาตเมโธ (โพธิ์นอก). “การศึกษาอายตนะ (สื่อ) ที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔.

สุภาณี แก้วมณี. “การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”. **วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๗.