

การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก

Developing Online Media Literacy through Presenting News Information Via Facebook

อนันต์ เมืองทอง¹ สาวิตรี วิภาวัฒน์²

และตรัยรัตน์ ปลั่งปิตชัยกุล³

Anan Muangthon¹, Savitree Vipawatthana²

and Trirath Pluempitichakul³

Received: 04/02/2567

Revised: 28/06/2567

Accepted: 29/06/2567

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้มุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในสังคมยุคดิจิทัล เนื่องจากปัญหาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมากกล่าว คือการขาดซึ่งวิจารณญาณในการไตร่ตรองก่อนเปิดรับสารในหลากหลายกรณี โดยในงานนี้จะวิเคราะห์ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นสื่อที่มีผู้ใช้งานและติดตามเป็นอันดับสูงสุดของประเทศไทย ซึ่งในงานนี้ได้ใช้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้องวิเคราะห์ปรากฏการณ์ จากการศึกษาพบว่า ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์มีแนวโน้มนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สร้างความนิยมเป็นสำคัญ โดยไม่ได้คำนึงถึงวิกฤติด้านความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล อันมีผลกระทบต่อการรู้เท่าทันสื่อของบุคคลทั่วไป อีกทั้งการการสร้างแนวทางการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จะช่วยในการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพให้สังคมที่กำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายที่รุนแรงและรวดเร็ว

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ, สื่อออนไลน์, เฟซบุ๊ก

Abstract

This academic article focuses on studying methods for developing media literacy in the digital age society. This is because the problem of presenting information in online society affects many people, namely the lack of judgment in thinking before exposure to the message in many cases. This work will be analyzed through social media platforms such as Facebook, which is the media with the highest number of users and followers in Thailand. In this work, the concept of media literacy was used. as well as the relevant theoretical framework to analyze the phenomenon. From the study, it was found that the problem of literacy is that online media tends to present information that creates popularity. without taking into account the crisis in the reliability and accuracy of the data which affects media literacy of the general public. Moreover, creating guidelines for developing online media

¹⁻²อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

¹⁻²Lecturer in the School of Communication Arts Sripatum University.

³อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

³Lecturer in Master of Communication Arts Program, Sripatum University, Khon Kaen Campus.

*Email: Trirath.pl@spu.ac.th, เบอร์โทรศัพท์:0835499220

literacy will help create effective awareness in a society that is facing severe and rapid challenges.

Keywords: Media Literacy, Online Media, Facebook

บทนำ

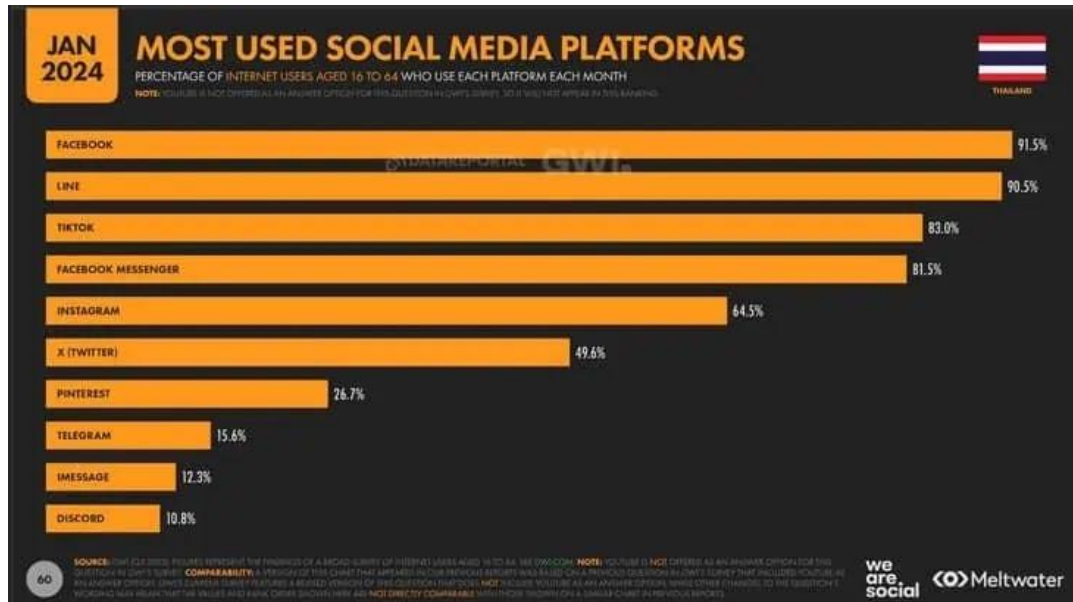
ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคมในระดับโลกพลังอำนาจของสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเข้ามามีบทบาทและอิทธิพลในการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ได้เปลี่ยนวิถีของการบริโภคข้อมูลข่าวสาร โดยความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลถึงประเทศไทยที่การเข้าถึงสื่อออนไลน์มีอัตราส่วนที่เติบโตขึ้น ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นสิ่งสำคัญในการไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารจำนวนมหาศาลที่ไหลบ่าและส่งผลต่อความรู้ ความคิดและการกระทำ โดยหากศึกษาจะพบว่าสื่อออนไลน์ไม่เพียงแต่ช่องทางในการเสพรับสาร (Message) เท่านั้น หากแต่เป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการพัฒนหรือสร้างความเสียหายต่อสังคมในวงกว้างได้เช่นเดียวกัน

ทั้งนี้การที่สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน เพราะสามารถเข้าถึงได้ อย่างรวดเร็ว การมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีสติ สามารถเข้าใจบริบททั้งฝั่งของผู้รับสารและผู้ส่งสารว่าข้อมูลที่กำลังใช้งานอยู่นั้นกำลังจะสื่อถึงสิ่งใด มีจุดประสงค์ใด แอบแฝงหรือไม่ และต้องการเผยแพร่ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายใดบ้าง ในปัจจุบันผู้คนในสังคมโดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาต่างมีค่านิยมและพฤติกรรมในการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเหมือนปัจจัยที่ 5 ในการดำเนินชีวิต (ณัฐนิชา ดวงขจี, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และนิยม กำลังดี, 2563, น. 10-21)

เนื่องจากการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) ส่งผลทำให้เทคโนโลยีการสื่อสารมีความง่ายตายและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล สร้างเครือข่ายและความร่วมมือกันในการทำงานตลอดจนสร้างและแบ่งปันข่าวสารและข้อมูลได้อย่างง่ายดาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทมากขึ้น โดย Kotler (Kotler,P.,2011) พบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) กลายเป็นแพลตฟอร์มยอดนิยมสำหรับผู้ใช้ในการบริโภคเนื้อหาที่หลากหลาย และบริษัทต่าง ๆ สามารถใช้แพลตฟอร์มเพื่อนำเสนอรายละเอียดและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และบริการของตน รวมไปถึงสามารถเก็บข้อมูล ผู้บริโภค ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อีกด้วย โดยการวัดจะวัดความนิยมผ่านปุ่ม ถูกใจ (Like) (สุธีรพันธุ์ สักรวัตร, 2554)

ในงานศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาผลกระทบของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของช่องทางออนไลน์อย่างแพลตฟอร์ม “เฟซบุ๊ก” ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลสูงสุด จากข้อมูลสถิติการใช้งานช่องทางออนไลน์เมื่อปี 2566 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด อันดับ 1.Facebook 91% อันดับ 2.LINE 90.7% อันดับ 3.Facebook Messenger 80.8% อันดับ 4.TikTok 78.2% อันดับ 5.Instagram 66.4% โดยผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทย มีจำนวน 48.10 ล้านคน โดยอัตราการเข้าถึงโฆษณาของ Facebook ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 67.0 ของประชากรทั้งประเทศในปี 2566 (ThaiPBS,2566)

สอดคล้องกับแนวโน้มที่การใช้งานที่สูงมากขึ้นในปี 2567 สื่อออนไลน์ที่ประเทศไทยยังนิยมมากที่สุดยังคงเป็น Facebook ซึ่งคิดเป็น 91.5% ของประชากรกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 16 – 64 ปี รองลงมาคือ LINE คิดเป็น 90.5% และ TikTok คิดเป็น 80.3% (thedigitaltips,2567) จะเห็นว่า ทิศทางการใช้งานของสื่อออนไลน์เป็นภาพสะท้อนถึงชีวิตทางสังคมที่ผูกโยงกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างแยกไม่ออก



ภาพแสดงสถิติการใช้งานสื่อออนไลน์ ปี 2567

ที่มา: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>

จากแนวโน้มที่สังคมไทยมีการใช้งานสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่เพิ่มมากขึ้นก่อให้เกิดผลกระทบเชิงปัญหาหลายอย่างที่ตามมา กล่าวคือ วิกฤติของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง โดยคำนึงถึงกระแสความนิยมเป็นตัวตั้ง ซึ่งเป็นสิ่งที่อาจส่งผลเสียต่อการพัฒนาสังคมอุดมปัญญาที่มุ่งเน้นสร้างวิจรณ์ญาณที่ถูกต้อง ด้วยเหตุนี้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยให้บุคคลมีแนวทางในการป้องกันการตกเป็นเหยื่อเสียหายในกระบวนการสื่อสาร ทั้งนี้หลักการดังกล่าวมุ่งสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติสำหรับการรู้เท่าทันสื่อเพื่อนำไปสู่การสร้างสังคมที่องกามทางปัญญา รวมไปถึงอาจทำให้เกิดความเรียบร้อยในการดำรงอยู่ร่วมกันของคนในสังคมบนพื้นฐานของการตระหนักในคุณค่าของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ตลอดจนอาจพัฒนาไปถึงการสร้างจิตสำนึกของผู้รับสารให้สามารถใช้พื้นฐานความรู้ (Knowledge Structure) ในการคิดพิจารณาและเชื่อมโยงความหมายในการเปิดรับสารมีการคิดพิจารณาก่อนตัดสินใจว่าสารนั้นมีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น กรณีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความรุนแรง ความเกลียดชัง สิ่งที่เราัมักพบเห็นเป็นประจำจากการนำเสนอของสื่อ ซึ่งถ้าผู้รับสารไม่ได้พิจารณาไตร่ตรองแล้วก็จะมีการเชื่อมโยงความหมายของความรุนแรงและความเกลียดชังมีโอกาสผิดเพี้ยนไปจากความจริง (ดวงแก้ว เขียรสวัสดิ์กิจ, 2564)

อีกทั้งการแสวงหาแนวทางการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านการศึกษาช่องทางแพลตฟอร์มอย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook) ก็เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันช่องทางดังกล่าว ยังมีพลังทางการสื่อสารต่อผู้คนจำนวนมากมาย อันมีอิทธิพลและสามารถสร้างผลกระทบต่อสังคมได้อย่างมาก ซึ่งหากสื่อออนไลน์ยุคใหม่

สามารถพัฒนาความคิดการรู้เท่าทันสื่อก็จะเป็นแนวทางสำหรับการต่อยอดในการเปลี่ยนแปลงสังคมในเชิงบวกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม “เฟซบุ๊ก”

ปัญหาที่สังคมไทยกำลังเผชิญในทางสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก คือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จ เพื่อสร้างความนิยมในเพจของผู้แสวงหาความนิยม อันเป็นผลจากการเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารและระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลกระทบอย่างหนักต่อพฤติกรรมและการเสพข่าวสารของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนส่วนใหญ่หันมาเสพข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือ มีการส่งต่อข่าวปลอม (Fake News) เป็นจำนวนมาก จากการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของข่าวปลอม พบว่า มีผลกระทบต่อผู้บริโภคสื่อ ทั้งในแง่ทัศนคติความเชื่อ เช่น เรื่องการเมือง การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ผิดเพี้ยน บางเรื่องยังส่งผลต่อการใช้ชีวิต เช่น เรื่องยา ข้อมูลสมุนไพรต่าง ๆ บางเรื่องนำไปสู่การเอาผิดเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น เรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ นอกจากนี้หากผู้บริโภคสื่อ มีการส่งต่อเรื่องราวที่เป็นเท็จ หมิ่นประมาท และอาจเข้าข่ายความผิดทางกฎหมายได้ด้วย (สถาบันอิสรา, 2562) ด้วยทิศทางของปัญหาที่มีมากขึ้นส่งผลให้ผู้รับสารประสบปัญหาในการไตร่ตรองข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์

ในแง่นี้จากการศึกษาองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ ชัชชญา เรืองยศ และแอนนา จุมพลเสถียร (2565, น.150) จะเห็นว่าปัญหาดังกล่าวจะถูกแก้ไขได้ หากยึดถือแนวความคิดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ อันประกอบไปด้วย

- 1) การเข้าถึงและทำความเข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการอ่านข้อมูลจากสื่อที่ได้รับ พร้อมทั้งวิเคราะห์ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน
- 2) การวิเคราะห์เพื่อแยกแยะเนื้อหาว่าจะเกิดผลเสียกับสังคมและตนเองอย่างไรบ้าง
- 3) การประเมินคุณค่าของสื่อ คือ การตรวจสอบวิเคราะห์เนื้อหาสื่อที่ผู้ใช้งานต้องประเมินได้ว่าสื่อนั้นมีประโยชน์ต่อผู้รับสารหรือไม่ รวมถึงการพิจารณาเรื่องจรรยาบรรณต่าง ๆ
- 4) การผลิตและสร้างสรรค์สื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับสื่อ พัฒนาการสร้างสื่อในรูปแบบที่ตนเองทำขึ้นมาอย่างสร้างสรรค์ เช่น คำพูดที่เหมาะสมในการแสดงความคิดเห็น

สอดคล้องกับ ฉัตรเมือง ผ่านมานะเจริญ, จตุพล ยงศรีและจักรกฤษณ์ โปณะทอง (2561, น. 19) ที่ได้ศึกษาองค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ครอบคลุมทั้ง 8 ประเด็น ได้แก่

- 1) การตระหนักถึงผลกระทบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 2) การตรวจสอบความถูกต้องของสื่อสังคมออนไลน์
- 3) การแยกแยะข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์
- 4) การวิเคราะห์เทคนิคการสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์
- 5) การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างผลงานในสื่อสังคมออนไลน์
- 6) การรู้ความหมายที่ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์

7) การประเมินคุณค่าที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์

8) การคัดเลือกข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์

และ 9) การสร้างสรรค์ผลงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะพบว่าการพิจารณาองค์ประกอบมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการรับรู้ที่มีวิจารณ์ญาณของผู้รับสารและมีแนวโน้มที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้

ตลอดจนการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นมุมมองจากการที่บุคคลเปิดรับสื่อออนไลน์อย่างเพชฌัญญูผ่านการตีความหมายของเนื้อหาสื่อตามที่ได้เปิดรับด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อและมีสติในการเปิดรับโดยวัตถุประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรู้เท่าทันสื่อในยุคสังคมออนไลน์ มีความสำคัญอย่างมากในการที่จะก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัล การพิจารณาแหล่งข้อมูลที่มีมาตรฐานและเหมาะสมในสื่อสังคมออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลว่าจริงหรือเท็จอย่างไร และการรู้จักประโยชน์และโทษที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้เป็นผลดีและแสดงให้เห็นถึงการรู้เท่าทันในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในยุคก้าวล้ำทางเทคโนโลยีรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีสติและปัญญา

อีกทั้งในการเลือกรับข่าวสาร ไตร่ตรองและใช้ข้อมูลเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์จะส่งผลให้ผู้รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มีทางเลือกมากขึ้นในการบริโภคและการใช้ชีวิตประจำวัน จะพบว่าเนื้อหาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มเพชฌัญญูก็อาศัยช่องทางสื่อออนไลน์ในการเผยแพร่เนื้อหาสาร ดังนั้นการสร้างการรับรู้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จะเป็นการเพิ่มพลังให้แก่ตนเองในการควบคุมความเชื่อและพฤติกรรมส่วนตัว ทั้งนี้ก็เพื่อย้อนกลับไปยังจุดมุ่งหมายที่ว่าหากเรารู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ในแง่แล้วตัวผู้รับสารจะไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ที่ใช้สื่อเพื่อหวังผลประโยชน์ แต่เราจะกลายเป็นผู้ที่สามารถใช้สื่อเพื่อให้ประโยชน์สูงสุดแก่ตนเอง ครอบครัว และสังคม (นักรบ นาคสุวรรณ, 2564, น. 499)

แนวทางการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม “เพชฌัญญู”

จากการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์สามารถกระทำอย่างเป็นรูปธรรมได้หากมีการกำหนดแผนงานและขั้นตอนที่ชัดเจนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

ทั้งนี้แนวทางการดำเนินการอาจอาศัยแนวคิดของ Potter (2008) ที่อธิบายว่า บุคคลที่มีการรู้เท่าทันสื่อดีจะควบคุมสื่อได้มากกว่า เพราะ รู้ว่าจะจัดการกับสารต่างๆ ที่เข้ามาได้อย่างไร ใช้มุมมองใดในการอ่านวิเคราะห์ แต่สำหรับคนที่ไม่มี ความรู้ในสื่ออย่างดี ทำให้โครงสร้างความรู้ต่ำและไม่เพียงพอในการที่จะแปลความหมายจากสื่อได้อย่างเท่าทัน จึงทำให้ไม่สามารถตีความสารที่สื่อนำเสนอมาได้อย่างหลากหลายและเท่าทัน ซึ่งมีแนวโน้มว่าคนกลุ่มนี้จะยอมรับความหมายที่สื่อนำเสนอมาโดยตรง

จากนิยามข้างต้น Potter ได้ กำหนดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ 4 ประการ คือ

1. การรู้เท่าทันสื่อมีลักษณะเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuum) กล่าวคือ การรู้เท่าทันสื่อนั้นไม่ใช่ตัวแปรที่เป็นประเภท (Category) หรือเป็นชุดสำเร็จ เช่น หลึงหรือช่าย หากแต่เป็นความรู้ที่ไปเป็นอย่างต่อเนื่องและเป็นระดับไปเรื่อย ๆ โดยสามารถปรับปรุงพัฒนาระดับการรู้เท่าทันให้ดีขึ้นได้ไม่มีจุดสิ้นสุด หรือจุดสูงสุด เช่น ในสถานการณ์ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความก้าวล้ำทางเทคโนโลยี ก็ต้องมีการปรับบริบททางความรู้ให้เหมาะสมกับปัญหาใหม่ๆที่เกิดขึ้น ไม่จำกัดความคิดในกรอบดั้งเดิม

2. การรู้เข้าใจในสื่อจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา กล่าวคือ เมื่อเรามีการฝึกฝนและพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอด จะช่วยให้ระดับศักยภาพของเราในการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อมวลชนนั้นสูงขึ้น ในลักษณะที่ว่าเราจะเริ่มตั้งข้อสงสัยกับสื่อโฆษณาออนไลน์ที่เห็นหรือเนื้อหาข่าวสารที่อ่านมากขึ้น ไม่ได้ยอมรับแต่แรกเหมือนก่อน หรือหากมีการยอมรับในตัวเนื้อหาของสื่อ ก็จะเป็นการยอมรับที่มีเหตุผลและไตร่ตรองมาแล้ว ซึ่งในการพัฒนาทักษะนี้จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องอย่างจริงจัง เพื่อที่จะสามารถรู้เท่าทันและไม่ล้าสมัย เช่น พบเจอเนื้อหาข่าวที่นำเสนอข้อมูลการขายของเกินจริง หรือการนำเสนอข่าวที่เน้นสร้างความตื่นเต้น เราอาจตั้งคำถามหรือตรวจสอบก่อนเลือกเชื่อถือ เป็นต้น

3. การรู้เท่าทันสื่อนั้นมีลักษณะหลายมิติ (Multidimensional) ประกอบด้วย

3.1 มิติด้านการรู้และเข้าใจ (Cognitive Domain) ซึ่งหมายถึง กระบวนการทางสมอง (Mental Process) และการคิด (Thinking) ที่จะสามารถตระหนักรู้ในสิ่งต่าง ๆ ได้ตั้งแต่ระดับง่ายไป ถึงระดับที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น รู้ว่ากระบวนการสื่อสารของสื่อแต่ละประเภทเป็นอย่างไร หรือเหตุใดสื่อนี้จึงมีบทบาทและกลายเป็นที่นิยม

3.2 มิติด้านอารมณ์ (Emotional Domain) ซึ่งหมายถึง เป็นความรู้สึกต่าง ๆ ที่สามารถ เกิดขึ้นได้จากการที่เสพงานจากสื่อ เพราะสื่อสามารถผลิตสร้างอารมณ์ หรือความรู้สึกแทรกลงไปในเรื่องได้ ฉะนั้นการรู้เท่าทันในที่นี้คือ การเท่าทันในสัญลักษณ์ที่ถูกผู้ผลิตแทรกแฝงมากับสื่อ รู้ในอารมณ์หรือทิศทางของอารมณ์ที่สื่อต้องการพาให้เป็น

3.3 มิติด้านสุนทรียะ (Aesthetic Domain) ซึ่งหมายถึง ความรู้ถึงกระบวนการที่สื่อนั้น ผลิตสร้างความหมายขึ้นมาว่าเป็นไปอย่างไร และสามารถที่จะบ่งชี้บอกได้ว่า รูปแบบของนักเขียน ผู้ผลิตเป็นอย่างไร มีเอกลักษณ์อย่างไร รวมทั้งสามารถแยกแยะ ตรวจสอบความเป็นศิลปะได้ว่าสิ่งใดเป็นศิลปะแท้ สิ่งใดเป็นศิลปะเทียมที่ถูกผลิตสร้างขึ้น

3.4 มิติด้านศีลธรรม (Moral Domain) ซึ่งหมายถึง ความสามารถที่จะเข้าใจค่านิยมหรือ คุณค่าที่อยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชน จนสามารถรู้ แยกแยะได้อย่างเด็ดขาดว่า สิ่งใดดี สิ่งใดไม่ดี และ สิ่งใดจริง สิ่งใดไม่จริง เป็นการรู้เท่าทันว่าสื่อได้ผลิตหรือสอดแทรกอุดมการณ์บางประการมาหรือไม่ ซึ่งความสามารถในการแยกแยะนี้จะได้มากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับระดับการรู้เท่าทันสื่อที่มีใน แต่ละคน ที่จะต้องอาศัยการจัดการ หรือการพัฒนาในการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอด

4. จุดประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ คือ มีความสามารถในการตีความสารมากขึ้น เพราะ แท้จริงแล้วสารที่สื่อทุกสื่อผลิตขึ้นมา จะต้องอาศัยการตีความทั้งหมด รู้ว่าเหตุใดต้องผลิตสารนี้ต้องจัดวางสารนี้ หรือต้องใช้คำพูดหรือสื่อความออกมาแบบนี้ เพราะสื่อแต่ละสื่อ ไม่ว่าข่าว โฆษณา ละครก็จะมีผลที่แตกต่างกันไป การใช้สารในการสื่อความก็ย่อมต่างกัน ฉะนั้นการมีความสามารถในการตีความสารที่ถูกส่งผ่านมาจะช่วยให้รู้เท่าทันสื่อมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่มีแง่มุมของจุดประสงค์ค่อนข้างมาก ดังนั้นผู้รับสารยังต้องพิจารณาวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณ

โดยแนวโน้มในอนาคตการเรียนรู้เท่าทันสื่อเป็นส่วนสำคัญเนื่องด้วยผู้บริโภคในยุคใหม่เพราะข้อมูลข่าวสารจะมีทิศทางที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการสร้างเสริมการเรียนรู้และพัฒนาจึงเป็นการเชื่อมต่อให้สังคมเติบโตและยั่งยืน

อีกทั้งจากการเปลี่ยนแปลงของสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบัน ทำให้ Livingstone (2004) ได้สรุปองค์ประกอบที่จะเพิ่มทักษะการเท่าทันสื่อต่าง ๆ ที่ครอบคลุมตั้งแต่สื่อ ดั้งเดิมจนถึงสื่อใหม่ได้ดังนี้

1. การเข้าถึงสื่อ คือ ความสามารถที่บุคคลจะเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ โดยจะต้อง รับรู้และเข้าใจใน ความหมายได้ ซึ่งถือว่าเป็นจุดแรกที่จะทำให้เกิดทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อ
2. การวิเคราะห์ คือ เมื่อแต่ละบุคคลมีการเข้าถึงสื่อได้แล้ว จะต้องสามารถวิเคราะห์สื่อ และความหมายที่ถูก ประกอบสร้างจากสื่อได้ด้วย สามารถวิเคราะห์และเข้าใจได้ตั้งแต่กระบวนการ ผลิตสร้างเทคนิค ภาษา การใส่ ความหมาย เป็นต้น
3. การประเมิน คือ เมื่อมีการเข้าถึงสื่อและวิเคราะห์สื่อแล้ว จะต้องมีการประเมินควบคู่ ไป เพื่อทำการ แยกแยะ และให้คุณค่ากับสิ่งที่เปิดรับว่าดีหรือไม่ดี สามารถนำไปใช้ให้ก่อเกิดเป็น ประโยชน์ต่อผู้รับสารอื่น ๆ มากน้อยเพียงใด หรือเกิดคุณค่าต่อจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือต่อ สังคมหรือไม่ ซึ่งในการประเมินนั้น นับว่า เป็นส่วนที่ยาก เพราะจะต้องใช้การตัดสินใจที่อาศัยประสบการณ์ ความรู้และทักษะสูงเพื่อที่จะนำมาเป็นตัว รองรับเหตุและผลที่ได้ทำการประเมินไป ซึ่งการประเมินในแต่ละสารแต่ละสื่อก็จะใช้แนวทางที่แตกต่างกัน ออกไปตามลักษณะของสาร และสื่อ นั้น ๆ
4. การสร้างสรรค์เนื้อหา คือ ความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างเท่าทัน เพราะ การรู้เท่าทันสื่อ นั้น ไม่ใช่แค่เพียงสามารถเปิดรับสื่อ มีทักษะในการวิเคราะห์และประเมินสื่อ หากแต่ยังจะต้องมีทักษะในการ สร้างสรรค์สื่อออกไปอย่างเท่าทันด้วย โดยจะต้องรู้ว่าจะต้องผลิตสารออกไป อย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพ ไม่นำมาซึ่งผลกระทบอันที่จะไม่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อ สังคมและผู้ที่เปิดรับ นั่นคือ ต้องมี ความเข้าใจในธรรมเนียมและจริยธรรมในการผลิตสารและส่งสาร

ดังนั้นหากสามารถนำความรู้ที่ได้มาบูรณาการและประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแนวทางการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบการเรียนรู้ของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง จากการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม “เฟซบุ๊ก” จะพบว่าสื่อใน ปัจจุบันต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องและมีการตรวจสอบสารก่อนนำเสนอ อีกทั้งผู้บริโภคต้องมี วิจารณญาณในการกลั่นกรองสารที่ได้รับมากขึ้น

บทสรุป

จากการวิเคราะห์และศึกษาพบว่า ปัญหาของการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ปรากฏให้เห็นถึงวิกฤติของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จในสื่อประเภทนี้เป็นจำนวนมาก และผู้รับสาร โดยส่วนใหญ่เลือกที่จะเชื่อและขาดการไตร่ตรองก่อนพิจารณา อีกทั้งแนวทางการแก้ไขเชื่อมโยงกับการสร้าง ความรู้เชิงวิจารณ์ญาณและกระบวนการวิเคราะห์ผลลัพธ์ของข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนแนวทางในการ

พัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในอนาคตให้มีประสิทธิภาพ สามารถปฏิบัติใช้ได้หากสร้างแนวทางของการประเมิน วิเคราะห์ทิศทางของสื่อออนไลน์ที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างทันต่อสถานการณ์

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐนิชา ดวงขจี, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และนิยม กำลังดี. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 9(1): 10-21.
- ดวงแก้ว เขียวสวัสดิ์กิจ.(2564). *ความรู้เท่าทันสื่อประเภทข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของคนในเมืองใหญ่: ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความรู้คิด.รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- นักรบ นาคสุวรรณ.(2564). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาไทยในยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15 (1): 499-502.
- สถาบันอิศรา. (2562).ผลกระทบของข่าวปลอมและแนวทางการรับมือของผู้บริโภคสื่อ. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก https://www.isra.or.th/news-and-trainee/item/766-fakenews_766.html
- สุธีรพันธุ์ สักรวัตตร. (2554). *Marketing 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก*. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing (10th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Potter, W. J. (2008). *Media Literacy (4th Ed)*. California: Sage Publications.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy?. *Intermedia*, 32(3): 18-20.
- thedigitaltips. (2567). *10 สถิติ Facebook ในไทยที่นักการตลาดต้องรู้ ปี 2024*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก <https://thedigitaltips.com/blog/facebook/facebook-statistics-in-thailand-update-2024/>
- ThaiTBS. (2566). *สรุปสถิติ Facebook ที่น่าสนใจ ช่วงครึ่งปีแรก 2023*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก<https://www.thaibps.or.th/now/content/281>.