

การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

The Development of Asoke's Media Literacy Model

ภพพรหมินทร์ วโรตม์วัฒนานนท์ (Bhopbhommin Warotwatthanant)^{**}

บุหงา ชัยสุวรรณ (Bu-nga Chaisuwan)^{***}

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก โดยการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่รวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 15 ท่าน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ นักบวชชาย นักบวชหญิง และฆราวาสในพุทธสถานอโศก เครื่องมือที่ใช้ศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้มาจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) ตามชนิดของข้อมูล (Typologies) เพื่อหาข้อสรุปและตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

ผลการวิจัยพบว่า 1) หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก มี 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการรู้เหตุ ด้านการรู้ผล ด้านการรู้ตน ด้านการรู้ประมาณ ด้านการรู้กาล ด้านการรู้สังคม และด้านการรู้บุคคล 2) กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก แบ่งได้ 5 ขั้นตอน คือ การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความสื่อ การประเมินค่าสื่อ และการใช้ประโยชน์จากสื่อ โดยมี 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ ผลกระทบจากสื่อและจากการส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยมผ่านสื่อเป็นปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ในตน และปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ว่าสื่อคือปัญหา

คำสำคัญ : การพัฒนาแบบจำลอง การรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ผลกระทบจากสื่อ

^{**} นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรม (นวัตกรรมการจัดการสื่อสารดิจิทัล) คณะนิติศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Candidate's Master of Arts program in Communication Arts and Innovation (Innovative Digital Communication Management-IDC), Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration. , bhopbhommin.me@gmail.com, 06-3516-8186

^{***} อาจารย์ที่ปรึกษา รองคณบดีฝ่ายบริหาร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรม คณะนิติศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Advisor, Associate Dean for Administration, Associate Professor Dr., Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration. , 0-2727-3758-9

Abstract

The objectives of this study were: 1) to explore the principles of Asoke's media literacy model, 2) to explore the process of Asoke's media literacy model, and 3) to explore the factors toward Asoke's media literacy model. This research was a qualitative method. The qualitative research included literature review and in-depth interview with 15 key informants were from Asoke Buddhist place. The instruments used were interview guides. Data were collected via typological analysis (Typologies) and triangulation method.

Research findings were as follows: 1) The principles of Asoke's media literacy model, there are 7 dimensions as knowing the cause, knowing the purpose, knowing oneself, knowing how to be temperate, knowing the proper time, knowing the society and knowing the individual. 2) The process of Asoke's media literacy model, there are 5 steps as media access, media interpret, media evaluate and media uses. 3) Factors toward Asoke's media literacy model, there are 2 factors: External factors are issues related to effect of media, there are 2 components as media issues and consumerism. Internal factors are problems associated with ideas, knowledge, beliefs, attitudes and behaviors of audience, there are 3 components as lack of knowledge in developing media literacy skills, lack of self-realization and lack of awareness that media is a problem.

Keywords: Model Development, Asoke's Media Literacy, Effect of Media

บทนำ

สื่อเป็นเทคโนโลยีที่มีบทบาทและมีอำนาจในการครอบครองพื้นที่ส่วนตัวของผู้คนจำนวนมากในยุคปัจจุบัน เมื่อกล่าวถึงสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อแบบเก่า (Old Media) เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ หรือสื่อแบบใหม่ (New Media) เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ สื่อสังคมออนไลน์ที่สื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ฯลฯ สื่อเหล่านี้ต่างมีอิทธิพลต่อกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม (Socialization) เนื่องจากสื่อได้เข้ามามีบทบาทเป็นตัวกำหนดระบบแผนความคิด เจตคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งผลกระทบจากสื่อนี้สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาทั้งทางตรงและทางอ้อม (Potter, 2004) เพราะสื่อทำหน้าที่เป็นตัวกลาง (Medium) ในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไปสู่แหล่งต่างๆ ทั้งนี้ก็เพื่อกำหนดวาระประเด็นทางสังคม และเมื่อกล่าวถึงอิทธิพลและผลกระทบจากสื่อทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อปัจเจกบุคคลและสังคม พบว่า การผลิตสื่อเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ช่วยให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสาร เข้าใจในประเด็นปัญหาต่างๆ เปิดโลกทัศน์การเรียนรู้ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคม ฯลฯ ซึ่งพอจะมีให้เปิดรับกันอยู่บ้าง แต่ก็มีสื่ออีกจำนวนมากไม่น้อยที่มักจะถูกตั้งคำถามและถูกตรวจสอบจากสังคมอยู่เสมอว่าได้สร้างผลกระทบทางลบต่อความคิด จิตใจ และพฤติกรรมของบุคคล ด้วยการปลูกฝังความคิด ความเชื่อ ที่ไม่เหมาะสม ส่งเสริมค่านิยมด้านลบ อันนำไปสู่พฤติกรรมเลียนแบบ

ความก้าวร้าวรุนแรง และการกระตุ้นพฤติกรรมบริโภคนิยมของกลุ่มประชากร ฯลฯ (American Academy of Pediatrics, 2001: 191-194)

สาเหตุสำคัญที่อิทธิพลและผลกระทบของสื่อยังคงเป็นประเด็นที่มีผู้ให้ความสนใจและศึกษากันอย่างกว้างขวาง สืบเนื่องมาจากความตระหนักรู้ถึงผลกระทบทางลบของสื่อที่ส่งผลต่อสังคมและปัจเจกบุคคล ผ่านการเปิดรับอิทธิพลและวัฒนธรรมจากภายนอกมาสู่ตนเองโดยไม่ผ่านกระบวนการกลั่นกรองข้อมูลให้ดีเสียก่อน อย่างไรก็ตามอิทธิพลและผลกระทบจากสื่อจะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคหรือผู้รับสารแต่ละคนในระดับที่แตกต่างกันออกไป (จินตนา ต้นสุวรรณนท์, 2559: 90) และผู้คนจำนวนมากยังคงใช้สื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร การเรียนรู้ และแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ดังที่ อูบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547) กล่าวว่า ข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้จากสื่อเป็นเครือข่ายที่ครอบคลุมสังคมไทยซึ่งบางครั้งผู้รับสารอาจไม่รู้สึกรู้สึกรู้สึกตัว ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ที่ผ่านสื่อถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมของประชาชนในสังคม ด้วยเหตุนี้ “สื่อ” (Media) จึงมีบทบาทต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคคลในสังคม อีกทั้งยังมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตผ่านการปลูกฝังหรือบ่มเพาะความเชื่อ ทศนคติ ความคิด ค่านิยม การประเมินคุณค่าต่อเรื่องราวต่างๆ (Gerbner, 1998) แม้ว่าที่ประเทศไทยได้มีการนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เข้ามาใช้ในการส่งเสริมผลักดันและขับเคลื่อนกระบวนการรู้เท่าทันสื่อกว่า 1 ทศวรรษ พบว่า คนไทยให้ความสำคัญกับการรู้เท่าทันสื่อน้อยมาก (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552)

จากปัญหาที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลจากห้องสมุด และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อหาทางแก้ไขหรือแนวทางใหม่ๆ ที่จะสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและประยุกต์ต่อยอดการรู้เท่าทันสื่อให้มีความเหมาะสมกับวิถีชีวิตแบบไทย ซึ่งพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อล้วนใช้ทฤษฎีแบบตะวันตก แต่มีงานวิจัยไทยอยู่ 1 เรื่อง ที่ศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและแตกต่างจากงานวิจัยไทยเล่มอื่นๆ คือ การนำเอาหลักธรรมทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งเป็นผลงานวิจัยของสายน้ำผึ้ง รัตนงาม (2557) ได้ศึกษาเรื่องพุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก นอกจากนี้ยังมี “คู่มือจัดกิจกรรมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ” ที่ได้สอดแทรก หลักธรรมในทางพุทธศาสนา ซึ่งสามารถนำไปสู่การใช้ “ศีล สมาธิ ปัญญา” มาเป็นเกาะป้องกันจากสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ (มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม), 2547) หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการเสริมสร้างทักษะเพื่อการรู้เท่าทันตนเอง (Self Awareness) เป็นการคิดวิเคราะห์เพื่อพัฒนาตนเอง โดยใช้หลักการเชิงพุทธเข้ามาผสมผสาน ใช้แนวทางการฝึกฝนให้ทุกคน ได้เรียนรู้จักตนเองให้ดีเสียก่อน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะและความสามารถในการวิเคราะห์แยกแยะข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมกับตนเอง (อุลีษา คุรุทะเลสน, 2556: 279) หลังจากที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก เป็นที่เรียบร้อยแล้ว พบว่า วิธีการดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งกลายเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยตัดสินใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ที่มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบไทยที่มีศาสนาเป็นที่พึ่งทางใจ เพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประชากรที่นับถือศาสนาพุทธถึงร้อยละ 94.6 ต่อประชากรทั้งประเทศ

(สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) การนำเอาแนวทางวิถีชีวิตแบบไทยที่ยึดถือปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนทางศาสนา มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาหรือเสริมสร้างให้เกิดรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

จากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า วิถีโอศก หรือ การใช้ชีวิตแบบชาวโอศก ซึ่งเป็นนามที่ใช้เรียกขานคนกลุ่มหนึ่ง ที่มีวิถีชีวิตดำเนินไปตามความเชื่ออย่างยั้งว่าชีวิตจะประสบ “ความจริง ความประเสริฐ ความเจริญ ที่มีคุณค่าสูงส่ง มีความสุขวิเศษ ความถูกต้อง ประโยชน์อันยิ่ง ในความเป็นมนุษย์ เป็นสังคม” นั้นต้องมี “การศึกษา 3” (ไตรสิกขา) หรือมีการเรียนรู้ฝึกฝนธรรมะของพระพุทธเจ้า เป็นแก่นแกน ให้แก่ชีวิต ให้แก่สังคม เป็นสำคัญ (สมณะโพธิรักษ์, 2559) วิถีโอศกนั้นมีการใช้ชีวิตแบบไทยและมีการนำเอาหลักคำสอนทางพุทธศาสนามาใช้ในการพัฒนาตนและพัฒนาคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประยุกต์ใช้กับการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งเกิดจากแนวคิดของสมณะโพธิรักษ์ ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวที่ว่า “วิถีทัศน์นี้ มันเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มอมเมาโลกและไปเลย มันมีฤทธิ์แรงประสิทธิภาพสูง แต่ทำไมเราปล่อยปละละเลย คนไม่มีความสามารถที่จะเอามันมาใช้ให้เป็นสิ่งที่ดีได้หรือ” (มูลนิธิธรรมสันติ, 2530: 18) นอกจากนี้สมณะโพธิรักษ์ ยังกล่าวไว้อีกว่า “สื่อหรือวิถีทัศน์มันไม่หยุดเท่านั้น ในอนาคตจะไปอีกหลายร้อยปีข้างหน้ามันยิ่งจะรุนแรงรุกล้ำอีกขนาดหนัก เราจะต้องเตรียมความรู้ เตรียมตัวเพื่อที่จะป้องกัน ช่วยเหลือเพื่อพ่ายมนุษย์พวกนี้เอาไว้ก่อน” (มูลนิธิธรรมสันติ, 2530: 19) ชาวโอศกจึงมักเล็งเห็นถึงปัญหาของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อสังคม สืบเนื่องมาจากคนในสังคมยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างเพียงพอ ส่งผลให้คนตกเป็นเหยื่อของสื่อมาโดยตลอด ทั้งนี้สมณะโพธิรักษ์ได้นำหลักฝึกปฏิบัติตามแนวพุทธมาช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันด้วยการพิจารณาสื่อ และนำสื่อเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคนภายในพุทธสถานโอศก

โดยใช้กระบวนการที่มีรูปแบบคล้ายๆ กับรูปแบบของการรู้เท่าทันสื่อ โดยนำเอาหลักธรรมทางพุทธศาสนามาฝึกฝนสมาชิกในชุมชนมานานกว่า 30 ปี ซึ่ง จิ้ง เชียงผ่าซือ (2545) ได้กล่าวไว้ว่า ถึงแม้หลักการดังกล่าวยังผลให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์อยู่บ้าง รวมทั้งมีข้อโต้แย้งนานาประการจากทั้งภายในและสังคมภายนอก แต่ในท้ายที่สุดแล้วก็มีสิ่งที่จะช่วยคลี่คลายความสงสัย นั่นคือหม่อมกลุ่มชาวโอศกเป็นผู้ที่มีวิจรรย์ญาณด้านสื่อสูงและรู้เท่าทันสื่อเป็นอย่างดี เพราะมนุษย์ด้วยกันเท่านั้นที่จะเป็นตัวขัดเกลากระตุ้นให้เกิดกิเลส และลดกิเลสได้ดีและลึกซึ้งที่สุด ยังผลให้ดำเนินไปสู่การเข้าถึงความเป็นอริยบุคคล ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาถึงหลักการรู้เท่าทันสื่อ กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ตามแนวทางของชาวโอศก เพื่อให้เกิดความเข้าใจและนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมกับบริบททางสังคมของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก
2. เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) และผลกระทบของสื่อ (Effect of Media) มาบูรณาการร่วมกัน ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักการของการรู้เท่าทันสื่อ ด้านกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ และด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Guides) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญมี 3 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 15 ท่าน ได้แก่ กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก (สมณะ) กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก (สิกขมาตุ) และกลุ่มฆราวาส/ญาติธรรมในพุทธสถานอโศกที่มีความรู้ความเข้าใจและเคยเข้าร่วมกิจกรรม “วิปัสสนาจอแก้ว” จนพบความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วย การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) ตามชนิดของข้อมูล (Typologies) เพื่อหาข้อสรุปให้มีความครอบคลุม ถูกต้องและสมบูรณ์มากที่สุด (สุภางค์ จันทวานิช, 2557)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัยและการอภิปรายผลสามารถนำเสนอตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสื่อ

1. การรู้เหตุ (Knowing the cause) เป็นความเข้าใจหลักความจริง หลักการ รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล และรู้จักหลักการของสื่อที่จะทำให้เกิดผลต่างๆ โดยสามารถพิจารณาเข้าใจถึงกฎเกณฑ์แห่งเหตุผลของสื่อว่าถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออะไร มีกระบวนการในการผลิตอย่างไร รวมถึงรูปแบบของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างทางวัตถุประสงค์อย่างไร เพื่อเข้าใจแนวคิดของผู้ผลิตสื่อ ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาของโฆษณานั้นต้องการให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการอธิบายความหมายของ Potter (2004) ที่อธิบายว่า เป็นกระบวนการทางความคิด และความสามารถในการเข้าใจสัญลักษณ์ต่างๆ จนถึงสัญลักษณ์ที่มีความซับซ้อน อาทิเช่น เนื้อหาของสารภูตสร้างสรรค์ขึ้นอย่างไร เหตุใดจึงได้รับการสร้างสรรค์ในรูปแบบเช่นนั้น เป็นต้น รวมทั้งการอธิบายความหมายของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่อธิบายว่า เป็นการคิดวิเคราะห์หรือสังเคราะห์ การรับรู้จากการเข้าใจสัญลักษณ์ต่างๆ รวมถึงการเข้าใจที่ซับซ้อนของสื่อที่ถูกสร้างขึ้นตามความนิยมในยุคใดยุคหนึ่ง ซึ่งต้องการพื้นฐานทางความรู้และความเข้าใจที่เพียงพอในการที่จะสรุปข้อมูลเหล่านั้นด้วยตนเอง และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุขุมล จันทวี (2559) ที่ศึกษาพบว่า เป็นมุ่งเน้นการรู้ถึงเท่าทันกระบวนการสื่อสารครั้งนั้นๆ ทั้งกระบวนการ อันได้แก่ การรู้เท่าทันความหมายที่แท้จริงของสาร รู้เท่าทันเจตนาของผู้ผลิตสื่อหรือผู้ส่งสาร รู้ผลกระทบ และผลสืบเนื่องของการสื่อสารในแต่ละครั้ง รู้เท่าทันรูปแบบการสื่อสารของสื่อแต่ละประเภท

2. การรู้ผล (Knowing the purpose) เป็นการรู้ความมุ่งหมาย หรือความหมายที่สื่อได้นำเสนอ ซึ่งมีผลทั้งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ รู้ว่าสื่อมีผลกระทบ รู้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ สื่อมีทั้งเนื้อหาทางบวกและทางลบ ยกตัวอย่างเช่น ละครเป็นสื่อประเภทบันเทิงคดีมิใช่เพื่อให้ผู้ชมเปิดรับเพื่อความความสนุกสนานเพลิดเพลินตามการสร้างสรรค์ของผู้ผลิตละคร เป็นต้น พบว่า การอธิบายความหมายข้างต้นเป็นไปตามแนวคิดของ Potter (2004) ที่เสนอว่า เป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับความสนใจเกี่ยวกับผลกระทบจากสื่อต่อผู้รับสาร และเป็นความสามารถเพลิดเพลินใจ การเข้าถึง และเล็งเห็นคุณค่าของเนื้อหาสารจากมุมมองทางศิลปะ โดยการเล็งเห็นคุณค่านี้ต้องอาศัยความเข้าใจในทักษะที่ใช้ผลิตเนื้อหาสาระของสื่อแต่ละประเภท สามารถจับความแตกต่างระหว่างศิลปะและสิ่งซึ่งเลียนแบบรูปสัญลักษณ์เฉพาะตัวของนักเขียน ผู้ผลิตรายการ หรือผู้กำกับแต่ละคน รวมทั้งแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่เสนอว่า การที่ผู้ชมหรือผู้รับสารจะสามารถเข้าใจถึงความบันเทิงหรือความมีสุนทรียะที่สื่อได้นำเสนอ ผู้ผลิตสื่อจะต้องใช้องค์ประกอบศิลป์ต่างๆ นำมาประกอบเพื่อการนำเสนอรูปแบบที่มีความแตกต่างและหลากหลายตามลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท อาทิเช่น เสียงดนตรี ภาพศิลปะ สีสันความงาม คำประพันธ์ตามบทบรรยาย และบทพูดของตัวละคร เป็นต้น ดังนั้นผู้ชมหรือผู้รับสารควรที่จะต้องมีการพัฒนาความเข้าใจในเรื่องของศิลปะแขนงต่างๆ เพื่อสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างศิลปะที่แท้จริงกับการจำลองที่สื่อสร้างสรรค์ขึ้นมา และจากผลการวิจัยของสุขุมล จันทวี (2559) ที่ศึกษาพบว่า เป็นการมุ่งเน้นการรู้เท่าทันเจตนาถึงจุดมุ่งหมายในการสื่อสารในแต่ละครั้งอย่างไร โดยที่เจตนาหรือจุดมุ่งหมายนั้นๆ มีคุณหรือโทษแก่ผู้รับสารอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์จริงและความรู้ทางจิตวิทยาการสื่อสารเข้ามาเสริม เพื่อให้ผู้รับสารวางท่าทีความสัมพันธ์กับผู้ส่งสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม แล้ว

มองไปที่การรู้เท่าทันเจตนา ในฐานะที่เป็นผู้บริโภคสื่อ โดยการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งในขั้นต้นและขั้นกลางนี้ ยังเป็นทักษะแบบตั้งรับ คือเกิดปัญหาขึ้น แล้วจึงหาวิธีรับมือหรือแก้ไขปัญหานั้นๆ

3. การรู้ตน (Knowing oneself) เป็นการเข้าใจในความคิดของตนเองที่มีต่อสื่อ โดยอาศัยพื้นฐานทางภาวะเพศ ความรู้ ความสามารถของตนเอง และเพื่อนำไปสู่การเข้าใจสื่ออย่างเข้าใจตนเอง ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์ที่มีในตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น นักบวชอาจตีความหมายสื่อในเชิงของธรรมะ ส่วนฆราวาสก็อาจตีความหมายสื่อในเชิงของความบันเทิง ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่ใช้สื่อต่างๆ เหล่านั้นว่าจะเปิดรับเพื่อความบันเทิงหรือเปิดรับเพื่อศึกษาธรรมะ

4. การรู้ประมาณ (Knowing how to be temperate) เป็นการเปิดรับสื่ออย่างมีความพอดี ในที่นี้หมายถึงการที่ผู้รับสารไม่เปิดรับสื่อมากเกินไป รู้จักแบ่งเวลาให้กับกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนด้วย ยกตัวอย่างเช่น การออกกำลังกาย การนั่งพักผ่อนเฉยๆ ก็มีส่วนช่วยให้เราจัดความฟุ้งซ่านอย่างหนึ่ง การที่เปิดรับสื่อมากๆ อาจนำไปสู่การถูกสื่อครอบงำได้

5. การรู้กาล (Knowing the proper time) เป็นการรู้ความเหมาะสมของระยะเวลาในการพัฒนาของสื่อว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของการสื่อสารอย่างเห็นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หรือในอนาคตสื่ออาจจะไม่มีรูปแบบอย่างในปัจจุบัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น องค์ความรู้ของมนุษย์ รวมถึงการพัฒนาทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่มีไม่เหมือนกัน

6. การรู้สังคม (Knowing the society) เป็นการรู้ว่าสื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม ชุมชนอย่างไร ในที่นี้หมายถึง การรู้สังคมภายนอกของชาวชุมชนออสก เนื่องจากชุมชนชาวออสกค่อนข้างเป็นสังคมปิด ดังนั้นการที่จะทำให้สมาชิกในชุมชนรู้จักสังคมภายนอกก็มาจากการเรียนรู้ผ่านสื่อ

7. การรู้บุคคล (Knowing the individual) เป็นการรู้ถึงความแตกต่างทางความคิด ความสามารถ ความรู้ ซึ่งไม่เหมือนกันระหว่างผู้รับสารกับผู้ผลิตสื่อ อย่างเช่นผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ตีความเนื้อหาจากสิ่งที่ผู้ผลิตสื่อสอดแทรกเข้าไป ยกตัวอย่างเช่น ผู้สร้างสรรค์สื่อ หรือเรียกว่า ผู้ผลิตสื่อ มีความต้องการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่อของตน เข้าไปในสื่อในรูปแบบต่างๆ อีกฝ่าย คือ ผู้รับสารจะต้องเข้าใจและรู้ทันผู้ผลิตสื่อว่ามี การสอดแทรกแนวคิด ความเชื่ออะไรมาสู่เราอย่างเข้าใจและรู้ทัน

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอโคผู้วิจัยได้ค้นพบข้อสรุปเป็นประเด็นการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอโค จากการรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอโค พบว่า การศึกษาครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของสายน้ำผึ้ง รัตนงาม (2557) ที่ศึกษาเรื่อง “พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก” ผลการวิจัยพบว่า การใช้พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมีขั้นตอนการรับรู้สื่อโทรทัศน์ และเฟซบุ๊กในเชิงพุทธ โดยอาศัยสติสัมปชัญญะเป็นขั้นปฏิบัติในการระลึกรู้แบบไม่ปล่อยตามอำนาจกระแสตัณหาและมีความอดทนทางจิตใจต่อผลกระทบจากสื่อ ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามรูปแบบพุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อใน 3 ด้าน คือ ด้านศีล การพัฒนามนุษย์ให้มีพฤติกรรมในการใช้สื่อเฉพาะสิ่งที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งใช้สื่อเพื่อให้เกิด

สุจริต ด้านสมาธิ คือ การพัฒนามนุษย์ให้มีคุณภาพทางจิตที่พร้อมต่อการรับรู้สื่อแบบรู้เท่าทัน และด้านปัญญา คือ กระบวนการใช้ปัญญาคิดใคร่ครวญตามหลักธรรมเพื่อสร้างความเห็นที่ถูกต้อง

กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

จากการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ขั้นการเข้าถึงสื่อ (Media Access) เป็นการเข้าถึงสื่อโดยการเปิดรับและเรียนรู้ ผ่านช่องทางรับรู้สื่อแต่ละประเภทได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ได้อย่างถูกต้องตามหลักการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก อีกทั้งไม่ถูกจำกัดให้อยู่กับกับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป ส่งผลให้ผู้รับสารสามารถจดจำข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมาย และตีความตามหลักการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างเช่น ความสามารถในการคัดกรองข้อมูลต่างๆ จากสื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2. ขั้นการวิเคราะห์สื่อ (Media Analyze) เป็นกระบวนการแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ ว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือเป็นการสร้างสรรค์ขึ้นตามจินตนาการของผู้ผลิตสื่อ จากการวิเคราะห์ประเด็นข้างต้นจะช่วยให้เข้าถึงความเป็นจริงของสื่อได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

3. ขั้นการตีความสื่อ (Media Interpret) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีความเข้าใจสื่อไม่เหมือนกันและมีการตีความแตกต่างกันออกไป จำแนกออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การตีความระดับจิตสำนึก (Conscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของอารมณ์และความรู้สึกที่มีต่อสื่อ การตีความระดับจิตใต้สำนึก (Subconscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของความรู้ ความจำ และความคิดต่างๆ ที่สะสมผ่านประสบการณ์ และการตีความระดับจิตเหนือสำนึก (Super conscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของความคิดสร้างสรรค์ ไปจนถึงขั้นหยั่งรู้เอง

4. ขั้นการประเมินค่าสื่อ (Media Evaluate) เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารรับรู้ถึงคุณภาพของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อว่ามีคุณค่าที่เพียงพอต่อการนำไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่ โดยจำแนกเนื้อหาของสื่อออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทลามก (บันเทิงคดีระดับต่ำ) สื่อจะมีเนื้อหาที่ หยาดคาย อนาจาร ยั่วให้เกิดกาม พยาบาท โมหะ (ความหลง) ถือว่าไม่มีประโยชน์ ประเภทราคา (บันเทิงคดีระดับสูง) สื่อจะมีเนื้อหาไม่ถึงกับ หยาดคาย อูจาด แต่ยังมีมอมเมา ยั่วกาม ยั่วพยาบาท ถือว่าไม่มีประโยชน์ ประเภทสาระ (สารคดีทางโลก) สื่อจะมีเนื้อหาที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ประเภทธรรมะ (สารคดีทางธรรม) สื่อจะมีเนื้อหามุ่งไปทางธรรมโดยตรง ยกจิตวิญญาณให้สูง แต่ยังไม่เข้าถึงจิตวิญญาณจริง จับกิเลสในจิตยังไม่ได้ จึงไม่สามารถลดกิเลสได้จริง ยังยึดมั่นทางโลกอยู่ และประเภทโลกุตระ (ธรรมคดี) สื่อจะมีเนื้อหาที่นำไปสู่การหลุดพ้นจากโลกธรรม ลาม ยศ สรรเสริญ ซึ่งเป็นความสุขทางโลก ให้ความรู้ด้านปรมาตม์เพื่อให้ปฏิบัติไปจนถึงขั้นสูงสุด

5. ขั้นการใช้ประโยชน์จากสื่อ (Media Uses) เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารเกิดการรับรู้และได้ทำความเข้าใจองค์ประกอบของสื่อทั้ง 4 ขั้นตอนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้้นำสิ่งที่วิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่ออย่างชาญฉลาด ถือได้ว่าผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ผู้วิจัยได้ค้นพบข้อสรุปเป็นประเด็นการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก จากการรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก พบว่า การศึกษาครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Brown (1998) ที่ได้เสนอแนะว่า ขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อที่มีประสิทธิภาพควรจะมีการพัฒนา ด้านการคิดหรือกระบวนการทางปัญญา การพัฒนาด้านความรู้สึกหรือจิตใจ และการพัฒนาทักษะทางพฤติกรรมตามรูปแบบที่สร้างขึ้น ทั้งนี้ควรจะเน้นหนักในส่วนของการเตรียมผู้รับสารให้ได้รับการพัฒนากระบวนการคิดโดยสนับสนุนการใช้การคิดวิจารณ์ญาณ ซึ่งกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก เป็นแนวทางการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อรูปแบบหนึ่งที่สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของ Thoman and Jolls (2004) ที่เสนอว่า องค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อจะต้องให้เรียนรู้การคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ เรียนรู้การวิเคราะห์และตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่ได้เห็นหรือสัมผัสถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออะไร สร้างมาได้ อย่งไรและมีอะไรที่ถูกละเว้นไม่ให้นำมาเสนอ รู้จักตั้งคำถามว่าใครเป็นเจ้าของ สื่อถูกผลิตขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง ใครเป็นผู้มีส่วนได้เสีย สิ่งใดบ้างที่จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารและสังคม และสอดคล้องกับการวิจัยของจินตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2551: 21-22) ที่ศึกษาเรื่อง “ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต” จากการศึกษาพบว่า กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ได้แก่ ชั้นการเปิดรับสื่อ/เข้าถึงสื่อ ชั้นการวิเคราะห์สื่อ ชั้นตีความสื่อ ชั้นประเมินค่าสื่อ และชั้นใช้ประโยชน์จากสื่อ นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษามีการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้สื่อสูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น ในด้านการคิด ด้านความรู้สึก/จิตใจ และด้านพฤติกรรมร่วมกับการฝึกปฏิบัติตามขั้นตอน

ปัจจัยที่ส่งต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลกสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ปัจจัยภายนอกที่ส่งต่อการเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก สื่อมีการนำเสนอเนื้อหาสารที่ไม่มีความเหมาะสม เป็นแบบอย่างที่ไม่ดี นำเสนอภาพการใช้ความรุนแรงและภาพลามกอนาจาร ละครมีเรื่องราวของการทะเลาะเบาะแว้ง บทชิงรักหักสวาท ความอิจฉาริษยา ความเห็นแก่ตัว ความแล้งน้ำใจ และปัญหาด้านการส่งเสริมสิทธิบริโภคนิยม พบว่า สื่อส่งเสริมสิทธิบริโภคนิยม มีความเป็นระบบทุนนิยม เหนี่ยวนำกระแสความทันสมัย รวมถึงส่งเสริมการบริโภคผ่านสื่อแสดงให้เห็นถึงความไม่เป็นกัลยามิตรของสื่อ มีการใช้สื่อโฆษณาเพื่อทำการกระตุ้นการบริโภคในทุกๆ รูปแบบ เกิดความลุ่มหลงไปกับกระแสค่านิยมความทันสมัย ซึ่งเป็นอิทธิพลจากสื่อ (Effect of Media) การที่สื่อมีการนำเสนอเนื้อหาสารที่ไม่มีความเหมาะสม เป็นแบบอย่างที่ไม่ดี นำเสนอภาพการใช้ความรุนแรงและภาพลามกอนาจาร ละครมีเรื่องราวของการทะเลาะเบาะแว้ง บทชิงรักหักสวาท ความอิจฉาริษยา ความเห็นแก่ตัว ความแล้งน้ำใจ รวมถึงสื่อมักจะนำเสนอในเชิงส่งเสริมการบริโภคนิยม (Consumerism Effect) ซึ่งมีความเป็นระบบทุนนิยม เหนี่ยวนำกระแสความทันสมัย รวมถึงส่งเสริมการบริโภคผ่านสื่อแสดงให้เห็นถึงความไม่เป็นกัลยามิตรของสื่อ มีการใช้สื่อโฆษณาเพื่อทำการกระตุ้นการบริโภค เกิดความลุ่มหลงไปกับกระแสค่านิยมความทันสมัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินชีวิตตามวิถีโลก

2. ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ผู้รับสารคิดไม่ถูกวิธี ไม่รู้จักแนวทางพิจารณาด้วยตนเองอย่างถูกต้อง อีกทั้งแยกแยะเหตุที่นำไปสู่ปัญหาต่างๆ ไม่ได้ อาทิเช่น ขาดองค์ความรู้ที่จะนำไปใช้ในการสร้างภูมิคุ้มกันสื่อ เนื่องจากไม่รู้ในตัวปัญหา ไม่รู้เหตุที่ทำให้เกิดปัญหา ไม่รู้วิธียุติเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา ไม่รู้หนทางที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหา ส่งผลให้ปัญหาสะสมทับถมจนไม่สามารถหาทางออกหรือหาแนวทางแก้ไขได้ ไม่รู้ว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาคือ การตระหนักถึงปัญหา (ทุกข์) การค้นหาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา (สมุทัย) การทำความเข้าใจในปัญหาที่เป็นเหตุ (นิโรธ) และการนำไปสู่การแก้ไขปัญหาก็ถูกต้องตามแนวทางพุทธศาสนา (มรรค) ผู้รับสารไม่รู้จักใช้ปัญญาในการเปิดรับสื่อ ด้วยการฝึกฝนวิธีคิดตามหลักพุทธธรรมเพื่อสร้างสติให้รู้เท่าทันสื่อและมีภูมิคุ้มกันสื่ออย่างถูกต้อง โดยใช้การคิดวิเคราะห์เชิงพุทธซึ่งสามารถยับยั้งความคิด ความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดจากการเปิดรับสื่อได้อย่างเข้าใจและรู้ทันในสิ่งที่สื่อกำลังมุ่งหวังที่จะให้เกิดขึ้นกับตนเอง (ผู้รับสาร) ปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ในตน พบว่า ผู้รับสารขาดความยับยั้งชั่งใจในความอยากมีอยากได้ ไม่มีความพอเพียง ไม่รู้จักสำรวมอินทริยสังวร (ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ) ของตน ปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ว่าสื่อคือปัญหา พบว่า ผู้รับสารไม่รู้ว่าสื่อเป็นตัวการสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางกายภาพและจิตภาพ ความคิด ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง ซึ่งเป็นการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ 1) การรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลกจะมีการฝึกตั้งคำถาม เพื่อใช้ในวิเคราะห์และวิพากษ์วิจารณ์ รวมถึงสังเกตกระบวนการทำงานของสื่อ เพื่อหาเหตุผลในประเด็นต่างๆ ที่สื่อส่งผลกระทบต่อดำเนินชีวิต ผ่านกระบวนการตั้งคำถามและแสวงหาคำตอบด้วยตนเอง 2) มีการฝึกวิเคราะห์ความหมายของเนื้อหาสาร สามารถสรุปและตีความสาระในสื่อได้อย่างทะลุปรุโปร่ง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการประเมินคุณค่าและวัตถุประสงค์ที่สื่อได้นำเสนอผ่านกรรมวิธีที่เป็นรูปแบบทางเทคนิคต่างๆ จนกระทั่งสามารถวิเคราะห์และนำไปสู่การอภิปรายข้อมูลสู่บุคคลอื่นได้ อันเป็นแนวทางที่จะช่วยให้ผู้รับสารเกิดการเรียนรู้วิธีคิดเชิงวิพากษ์วิจารณ์ด้วยตนเองได้ผล 3) มีการฝึกวิเคราะห์สื่อที่มีความหมายและมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับตนเอง อาทิเช่น การวิเคราะห์โฆษณาที่ส่งผลต่อความรู้สึก นึกคิดของตนเอง หรืออาจจะวิเคราะห์โฆษณาที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ทั้งนี้การฝึกคิดวิเคราะห์ประเด็นที่ซับซ้อนอื่นที่สื่อมวลชนได้บิดเบือนด้วยเทคนิคทางกระบวนการผลิตสื่อ 4) มีการใช้กิจกรรมเป็นตัวนำไปสู่การตั้งคำถาม เพื่อใช้ในการฝึกการวิพากษ์และอภิปรายเนื้อหาของสื่อเพื่อหาคำตอบ 5) มีกระบวนการฝึกการคิดเชิงวิพากษ์ โดยใช้ประโยคคำถามที่เกี่ยวกับสื่อ เป็นตัวหลักที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์และประเมินค่าสื่อ เพื่อให้เข้าใจถึงมุมมองของสื่อ และเทคนิคที่สื่อนำมาใช้ทั้งในการผลิตและการนำเสนอ 6) มีการแลกเปลี่ยนมุมมองและความเข้าใจที่แตกต่างหลากหลายตามประสบการณ์ของแต่ละคน 7) มีการนำเรื่องการรู้เท่าทันสื่อเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันอย่างสม่ำเสมอ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พูดคุยวิเคราะห์เป็นประจำ 8) มีข้อควรระวัง คือ ไม่นำสื่อที่มีเนื้อหาไม่สุภาพมาใช้ในการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก รวมถึงตัวของผู้รับสารเอง ยังคิดไม่ออกมองไม่ทะลุว่าบรรดาสื่อทุกประเภท เป็นแหล่งแพร่กระจายทั้งคุณและโทษ ที่สำคัญสื่อยังส่งผลกระทบต่อทั้งทางกายภาพและจิตภาพ ความคิด ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสารเกือบทุกคน

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก ผู้วิจัยได้ค้นพบข้อสรุปเป็นประเด็นการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก จากการรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก พบว่า ผลการศึกษารั้งนี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2004) ที่เสนอว่า ผู้รับสารควรมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ด้วยความตระหนักรู้และเข้าใจถึงผลกระทบและอิทธิพลจากการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ของสื่อ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารสามารถรู้เท่าทันและปกป้องตนเองจากสื่อได้ รวมทั้งแนวคิดของจอร์จ วินน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2547) ที่เสนอว่า สื่อมีอิทธิพลต่อจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และสถานการณ์ที่เผชิญ ซึ่งเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งมีผลทำให้การแสดงพฤติกรรมนั้นๆ ออกมา ประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกภายใน เป็นต้น และแนวคิดของ McQuail (1997) ที่เสนอว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย ทศนคติ ค่านิยม ความคิด นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับทางทฤษฎีความสอดคล้อง (Consistency Theory) ของ Abelson (1968) ที่สรุปข้อค้นพบว่า การสื่อสารสามารถจูงใจและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้ และทัศนคติ โดยเปลี่ยนองค์ประกอบทางการรู้คิดของทัศนคติ และจากผลการวิจัยของ Severin and Tankard (2001) ที่ศึกษาพบว่า ความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ นั้น มักจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของพระณัฐพงษ์ กฤตยวงศ์ (คุณเสกโก) (2552) ที่ศึกษาเรื่อง “ทางออกของปัญหาการบริโภคสื่อโทรทัศน์ตามหลักพระพุทธศาสนา” พบว่า สื่อมีอิทธิพลการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาและกลุ่มประเทศโลกที่สาม สื่อเป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึงและครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มในทุกพื้นที่ การบริโภคสื่อโดยขาดความรู้ ความเข้าใจและขาดวิจารณญาณสามารถนำความเสียหายมาสู่ตนเองมากมายเกินความคาดหมาย ซึ่งเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา และกำลังทวีความรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน เช่น ปัญหาของมนุษย์ที่เคลื่อนจากความสุขที่แท้จริง เป็นสังคมที่มีการแข่งขันรุนแรง แสวงหาความสุขจากวัตถุภายนอกเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้บริโภคสื่อจะต้องมีการศึกษา และพัฒนาองค์ความรู้จากภายในเพื่อให้รู้เท่าทันตน และรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเกราะป้องกันปัญหาที่ยั่งยืน โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ประเด็น คือ ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ผลกระทบจากสื่อ ระบบทุนนิยมโลก ลัทธิบริโภคนิยม และปัจจัยภายใน ประกอบด้วย การเปิดรับสื่อที่ไม่ถูกต้อง มีความคิด ความเชื่อ และทัศนคติที่ไม่ถูกต้อง จึงควรได้รับการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันสื่อเพื่อให้รู้เท่าทัน โดยไม่ตกเป็นทาสการบริโภคตามกระแส ซึ่งเป็นวิธีแก้ปัญหการบริโภคสื่อได้อย่างยั่งยืน ด้วยการแก้ปัญหาจากปัจจัยภายใน (ผู้บริโภคสื่อ) ตามหลักการพัฒนาระบบการเปิดรับสื่อ เพื่อสร้างสัมมาทิฐิ (สร้างความคิดที่ถูกต้อง) การเปิดรับสื่อในทางพระพุทธศาสนาเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สามารถฝึกฝนและพัฒนา เพื่อให้รู้เท่าทันปัญหา พัฒนาระบบการคิดอย่างมีระบบ มีความคิดที่ถูกต้อง บริโภคด้วยปัญญา ไม่ตกเป็นทาสของกามคุณ และการโฆษณา

ดังนั้น การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการศึกษาและพัฒนาตนเองเพื่อสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างสอดคล้องกับแนวทางของนักวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อช่วยให้ผู้รับสารทุกคนมีภูมิคุ้มกันต่อพิษภัยจากสื่อ ซึ่งมีสาเหตุมาจากการขาด

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากสื่อในปัจจุบันยังคงส่งผลกระทบต่อสังคมและขยายอิทธิพลอย่างต่อเนื่องแก่ผู้รับสารทั้งทางกายภาพและทางจิตภาพ ซึ่งปัญหาที่เกิดจากสื่อต่างๆ เหล่านี้จะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นอย่างไรก็ดี ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการศึกษากระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ โดยนำเอาหลักการและแนวทางปฏิบัติที่สามารถช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้เท่าทันผลกระทบจากสื่อให้มากยิ่งขึ้น ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าควรทำการศึกษา ค้นคว้าเพิ่มเติม มีดังนี้

1. ควรศึกษากระบวนการสร้างภูมิคุ้มกันสื่อที่เหมาะสม ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้กับประชาชนทุกกลุ่ม เพราะกลุ่มเสี่ยงในปัจจุบันไม่ใช่เพียงแค่เด็กหรือเยาวชนเท่านั้น ผู้ใหญ่ก็เป็นกลุ่มเสี่ยงเช่นเดียวกัน
2. ควรศึกษากระบวนการสร้างสื่อปลอดภัย ที่มุ่งเน้นในทางศีลธรรม จริยธรรมให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อชักนำให้ผู้รับสารกระทำความดี ให้ความสำคัญกับประโยชน์ท่านมากกว่าประโยชน์ตน
3. ควรศึกษากระบวนการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคม เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ให้มีความถูกต้องแม่นยำมากขึ้น ทั้งนี้จะได้นำไปสู่การหาแนวทางแก้ไขได้อย่างตรงประเด็น อันเป็นข้อบกพร่องที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2547). ทศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม : การวัด การพยากรณ์ และการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.

จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2559). “สร้างการรู้เท่าทันสื่อ คือ การพัฒนาคุณภาพสื่อและผู้บริโภคสื่อในสังคมไทยอย่างยั่งยืน.” *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์* 9,2 (กรกฎาคม – ธันวาคม): 89-97.

_____. (2551). “ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.” *วารสารพฤติกรรมศาสตร์* 14,1 (กันยายน): 21-32.

จิ่ง เชียงฝ้าซือ. (2545). ระบบสังคม “บุญนิยม” ในศตวรรษที่ 21 ทางเลือกที่ 3 ที่ดีกว่าทุนนิยมและคอมมิวนิสต์. กรุงเทพฯ: ฟ้าอภัย.

ชัยอนันต์ สมุทรวณิช. (2541). เพลิน. กรุงเทพฯ: พีเพรส.

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2557). “การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต ในระดับเชิงลึกของเยาวชนไทยจากสามองค์ประกอบหลัก.” *Veridian E-Journal, Silpakorn University* 7,3 (กันยายน - ธันวาคม): 322-341.

นันทวัน สุชาติ. (2520). “อิทธิพลของการดูภาพยนตร์ ที่รุนแรงทางโทรทัศน์กับทัศนคติในเชิงก้าวร้าวของเด็กจากครอบครัวต่างฐานะ.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*

บุษดี พนมภู. (2555). “การปรับตัวของคนช่าวยุคออนไลน์: ศึกษาเฉพาะกรณี หนังสือพิมพ์บ้านเมือง.” การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). ถอดรหัส ลับความคิด เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น.

พระณัฐพงษ์ กฤตยวงศ์ (คุณโสโก). (2552). “ทางออกของปัญหาการบริโภคสื่อโทรทัศน์ตามหลักพระพุทธศาสนา.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

มูลนิธิธรรมสันติ. (2530). “วิปัสสนาใจแก้ว”. *สารอโศก* 11, 8 (กันยายน): 18-47.

มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม). (2547). คู่มือจัดกิจกรรมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ. กรุงเทพฯ: จีไอเมคริก.

สมณะโพธิรักษ์. (2559). วิถีชาวอโศก. เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าได้จาก http://www.asoke.info/09Communication/DharmaPublicize/Book/withi_asoke/w01.html

สายน้ำผึ้ง รัตนงาม. (2557). “พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.*

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). การสำรวจสถานะทางสังคมและวัฒนธรรม พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

- สุชุมาล จันทวี. (2559). ระดับของทักษะการรู้เท่าทันการสื่อสาร. เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน. เข้าถึงได้จาก http://milthailand.org/index.php?option=com_content&view=article&id=145%3A2011-09-05-13-32-17&catid=79%3A2011-08-29-15-57-41&Itemid=32&lang=th
- สุภางค์ จันทวานิช. (2557). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุลีชชา ครุฑะเสน. (2556). “แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน.” *Veridian E-Journal, Silpakorn University* 6,3 (กันยายน - ธันวาคม): 276-285.

ภาษาต่างประเทศ

- Abelson, R. P. (1968). *Theories of Cognitive Consistency: a Sourcebook*. Chicago, IL: Rand McNally.
- American Academy of Pediatrics. (2001). “Sexuality, Contraception and the Media.” *Pediatrics* 107,1 (January): 191-194.
- Brown, J. (1998). “Media Literacy Perspectives.” *Journal of Communication* 48, 1 (March): 44-57.
- Gerbner, G. (1998). “Cultivation analysis: An overview.” *Mass Communication and Society* 1,3-4 (n.d.): 175-194.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Potter, W. J. (2004). *Cognitive Theory of Media Literacy*. Los Angeles, CA: Sage.
- Severin, W., and Tankard, J. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in Mass Communication*. New York, NY: Addison-Wesley.
- Thoman, E., and Jolls, T. (2004). “Media Literacy a National Priority for a Changing World.” *American Behavioral Scientist* 48,1 (September): 18-29.