

บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับการสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อ

The Role of Thai Higher Education Institutions to Create Media Literacy in Thai Society *

การดา ร่วมพุ่ม**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับการสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อ มีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ 1. เพื่อศึกษาการสอนการรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรด้านสื่อสารมวลชนของสถาบันอุดมศึกษาไทย 2. เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเรื่องบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อในทัศนะของนักวิชาการสื่อสารมวลชน นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน และนักศึกษา ด้านสื่อสารมวลชน ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเอกสาร สัมภาษณ์ เจาะลึก และสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า 1. หลักสูตรการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ในปัจจุบันมีการเปิดสอนเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อทั้งเปิดรายวิชาโดยเฉพาะและการสอดแทรกเนื้อหาในรายวิชาที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์สื่อ 2. สำหรับนักศึกษานิเทศศาสตร์ ไม่จำเป็นต้องเปิดรายวิชาการรู้เท่าทันสื่อโดยตรง แต่สามารถสอดแทรกในเนื้อหาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สื่อได้ 3. สำหรับนักศึกษาที่ไม่ได้เรียนด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง ควรได้เรียนรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ โดยอาจเปิดสอนเป็นรายวิชาศึกษาทั่วไปเพื่อให้สามารถเรียนได้ทุกคน

* งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**อาจารย์ประจำภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
อีเมล: karada.rua@dup.ac.th

4. สถาบันอุดมศึกษาสามารถให้บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคมด้วยการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อ โดยอาจจะจัดอบรมให้กับผู้นำชุมชนเพื่อนำความรู้ไปเผยแพร่ต่อในลักษณะเครือข่าย หรืออาจจะจัดอบรมให้กับบุคคลเฉพาะกลุ่ม เช่น ผู้ใช้แรงงาน เด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาสอื่นๆ เพื่อนำความรู้ไปใช้ได้เองโดยตรง 5. สถาบันอุดมศึกษาควรส่งเสริมการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ โดยเน้นการวิจัยทั้งด้านผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อสร้างประโยชน์ในการพัฒนาผู้รับสาร รวมทั้งสามารถนำมาพัฒนางานการสื่อมวลชนได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ / สถาบันอุดมศึกษา / สื่อมวลชน

Abstract

The research topic “The Role of Higher Education Institutions to Create Media Literacy of Social” has the purposes to study 1. The situation of teaching of media literacy in the curriculum of higher education in journalism. 2. The opinions of academic journalism, communication professionals and students of journalism about the role of higher education institutions in Thailand to create media literacy perceptions in Thai society. The qualitative techniques used in this study are comprised of content analysis, in-depth interview and focus group discussion.

Research results showed that:

1. The course of instruction in communications today are teaching about media literacy courses in particular, and the insertion of the content of the courses related to media analysis

2. According to communication arts students, no need for media literacy courses directly because the content can be included in other subjects related to media analysis

3. For students who do not attend the courses directly, they should have learned about media literacy. It may issue a general education course in order to cover all students in a roll.

4. Institutions can provide outreach to the community and society by organizing a seminar on media literacy. It may be training for community leaders to apply their knowledge in a distributed network or may be held to a specific person groups, such as children, labor, women and other disadvantaged.

5. Higher education institutions should promote research on media

literacy. The research should focus on the composition of the sender and receiver to contribute in the development of the audience and the media entirely.

Keyword: Media Literacy / Higher Education Institution / Mass Media

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบัน “สื่อ” เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ข้อมูลข่าวสารที่ถาโถมเข้าหาบุคคลจนแทบจะเรียกได้ว่ายุคนี้เป็นยุคแห่งสงครามข่าวสาร สงครามแย่งชิงพื้นที่สื่อ ด้วยผู้ใช้สื่อจำนวนมากเชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

นักวิชาการสำนักแฟรงก์เฟิร์ตระบุว่า สื่อมวลชนสามารถสร้างผลกระทบโดยตรงและฉับพลันต่อผู้รับสาร ต่อมาเมื่อผู้คัดค้านแนวความคิดนี้ โดยมีข้อเสนอว่า หากสถาบันเก่าแก่ของสังคมเสื่อมสลายหรือหมดความหมายลง สื่อมวลชนควรจะเข้ามาทำหน้าที่แทน ควรเป็นเพื่อนบ้านที่ไว้วางใจได้ เป็นพ่อแม่ เป็นครู เป็นเพื่อน เป็นพระ ฯลฯ กล่าวคือ เป็นที่พึ่งสุดท้ายของประชาชน [1]

ความคาดหวังที่สังคม มีต่อสถาบันสื่อมวลชนหมายรวมถึงการทำหน้าที่และแสดงบทบาทอันพึงกระทำ สิ่งที่สื่อมวลชนต้องให้กับประชาชนในปัจจุบันคือ “ความจริง” สื่อต้องรายงานข้อเท็จจริงโดยปราศจากอคติ นั่นคือต้องมีความเป็นกลาง

เกษม จันทร์น้อย [2] กล่าวว่า บทบาท ภาระหน้าที่ของสื่อแท้จริงคือเที่ยงตรงแม่นยำ ให้ความจริง สร้างความสามัคคี ควรฝึกเรื่องประชาธิปไตย เศรษฐกิจพอเพียงในอัตราส่วนเนื้อที่และเวลาให้เหมาะสม บ่อยครั้งที่สื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) อย่างหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือแม้แต่ภาพยนตร์ ถูกตั้งคำถามว่าได้ทำหน้าที่และแสดงบทบาทของตนเองอย่างเหมาะสมแล้วหรือไม่

ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าการกำหนดเนื้อหาสาระของสื่อกระแสหลักมิได้มุ่งเน้นสาระอันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมเท่าที่ควร อาทิ ผลการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ [3] เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2550 พบว่าสถานีโทรทัศน์ 4 ช่องมีเนื้อหารายการที่มองว่าผู้ชมเป็นผู้บริโภคมากกว่าเป็นพลเมืองได้แก่ ช่อง 7 ช่อง 3 ช่อง itv (ในขณะนั้น) และช่อง 5 ตามลำดับ ทั้งนี้มีสถานีโทรทัศน์เพียง 2 ช่อง ที่มีเนื้อหารายการที่มองว่าผู้ชมเป็นพลเมืองมากกว่าผู้บริโภค ได้แก่ ช่อง 11 และช่อง 9

แสดงให้เห็นว่าสื่อเสนอเนื้อที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนไม่มากเพียงพอ

นอกจากนี้ ปัญหาความไม่เป็นกลาง การแบ่งฝ่าย เลือกราย ปรากฏชัดเจนขึ้นในสื่อมวลชนกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์และวิทยุโทรทัศน์ ตัวอย่างเช่น ในวิกฤตการณ์ทางการเมืองระหว่างเดือนพฤษภาคม- มิถุนายน 2553 หนังสือพิมพ์ระดับชาติบางฉบับถูกระบุว่าเลือกอยู่ข้างรัฐบาลที่มีพรรคประชาธิปัตย์เป็นแกนนำ บางฉบับอยู่ข้างกลุ่มเสื้อแดง ในขณะที่หนังสือพิมพ์อีกส่วนหนึ่งพยายามบอกว่าตนเองอยู่ตรงกลาง ในส่วนของสื่อวิทยุโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์เอ็นบีทีหรือช่อง 11 ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็น “กระบอกเสียงของรัฐบาล” มิใช่ “สื่อของรัฐ”

เมื่อสื่อมวลชนไม่มีความเป็นกลาง ย่อมส่งผลกระทบต่อเนื้อหา อาจมีเนื้อหาโน้มเอียงในทางเข้าข้าง โจมตี หรือละเว้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ส่งผลกระทบต่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน

สอดคล้องกับผลสำรวจความคิดเห็นของนักวิชาการนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชน พบว่า นักวิชาการมีคำถามกับสื่อมวลชนไทยในเรื่องของการแสดงบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อสังคม [4]

ประเด็นต่อมาที่สืบเนื่องและเกี่ยวข้องกับความเป็นกลางคือ ข้อคำถามเกี่ยวกับจริยธรรมของสื่อมวลชน ปัจจัยด้านการตลาดยังผลให้สื่อมวลชนจำนวนไม่น้อยนำเสนอเนื้อหาที่หมิ่นเหม่ศีลธรรม พาดหัวข่าวที่ใช้ภาษารุนแรง ภาพข่าวดารา นักร้อง นักแสดง แต่งกายวาบหวิด ขาวบันเทิง ที่มีแต่ข่าวความมากกว่าข่าวคราว การโฆษณาแฝงและภาพความรุนแรงในละครโทรทัศน์ การละเมิดสิทธิมนุษยชนผ่านการรายงานข่าว การเล่าข่าว ภาพประกอบข่าว ฯลฯ เหล่านี้ล้วนปรากฏเสียงสะท้อนจากมวลชนผู้รับสาร ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ขณะเดียวกันก็มีเสียงสะท้อนจากองค์กรกำกับดูแลสื่อ ผ่านงานวิจัย เรื่อง “แนวทางปฏิรูปสื่อในมุมมองขององค์กรกำกับดูแลสื่อ” ในประเด็น

เสรีภาพและความรับผิดชอบของสื่อมวลชน ว่า ทุกวันนี้สื่อมวลชนรายงานข่าวแค่เพียงเรื่องราวที่เป็นกระแส สนใจแต่เรตติ้ง (rating) โดยไม่ให้ความสำคัญต่อเนื้อหาเกี่ยวกับเด็ก คนสูงอายุ และคนชายขอบ ขาดการเจาะลึกสืบสวนวิเคราะห์ เน้นแค่ความรวดเร็ว ทำตัวไม่ต่างจากพนักงานรับส่งเอกสาร (Messenger) เลือกข้าง และตอกย้ำความรุนแรง [5]

ข้อบกพร่อง รวมทั้งข้อจำกัดของสื่อกระแสหลัก เป็นช่องว่างให้สื่อใหม่ (New Media) หรือสื่อทางเลือก (Alternative Media) เข้ามาเติมเต็มการทำหน้าที่บางประการที่ขาดหายไป

จากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 ท่ามกลางความขัดแย้งทางการเมือง สื่อใหม่ (ของสังคมไทยในขณะนั้น) อย่างโทรศัพท์มือถือเข้ามาเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารของประชาชน ในสถานการณ์ที่สื่อกระแสหลักอย่างวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ถูกควบคุม ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์เองก็ถูกแทรกแซงจากรัฐบาล เกิดเป็นการชุมนุมของชนชั้นกลาง ในนาม “มือบมือถือ” ต่อด้านรัฐบาลที่มีพลเอกสุจินดา คราประยูร เป็นนายกรัฐมนตรี

18 ปีต่อมา ในปี 2553 ภาวะวิกฤตการเมืองครั้งใหญ่ของประเทศไทยเกิดขึ้นอีก สื่อกระแสหลักถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนัก บางสื่อแสดงตนชัดเจนในการเลือกข้าง บางสื่อเสนอเนื้อหาที่สร้างความขัดแย้ง เพิ่มความรุนแรง มิได้พยายามประสานสังคม ขณะที่บางสื่อยังคงเน้นการเสนอความบันเทิง มิได้ให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วนเพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารรอบด้านตามหน้าที่อันพึงกระทำ เป็นต้น ด้วยช่องว่างเหล่านี้ สื่อสังคม (Social Media) อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารสำคัญที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารจากทั้งนักวิชาชีพสื่อมวลชนและจากกลุ่มพลังต่างๆ ในสังคมที่รวมตัวกันผ่านเครือข่ายสื่อสังคมดังกล่าว

การที่สื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างไม่หยุดยั้งและขยายตัวเข้าสู่ชีวิตประจำวันของบุคคลในสังคมอย่างกว้างขวาง ทั้งยังมีส่วนสำคัญในการ “ประกอบสร้าง” โลกแห่งความเป็นจริงในหัวของผู้คน ทำให้ผู้รับสารจำเป็นต้อง

แยกแยะให้ออกว่าสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อ นั้น ส่วนใดคือข้อเท็จจริง ส่วนใดคือความคิดเห็น และมีเจตนาใดแอบแฝงหรือไม่ อย่างไร สื่อได้คัดกรอง แต่งเติม หรือทำอะไรกับสารที่ผ่านกระบวนการทำงานของสื่อบ้าง

เจมส์ ดับเบิลยู พอตเตอร์ (James W. Potter, 1998) [6] เขียนในบทนำของหนังสือ Media Literacy สรุปสาระสำคัญได้ว่า ปัจจุบันนี้เราอาศัยอยู่ในสองโลก อันได้แก่ โลกแห่งความเป็นจริงและโลกของสื่อ บ่อยครั้งที่เส้นแบ่งระหว่างสองโลกไม่ชัดเจน โดยที่โลกของสื่อรุกเข้ามาในชีวิตประจำวันในโลกของความเป็นจริง โลกของสื่อเติบโตอย่างมาก มีจำนวนมากขึ้นและหลากหลายขึ้น บุคคลจึงต้องตระหนักว่าจะควบคุมให้สื่อเข้ามาในชีวิตของเรามากน้อยแค่ไหน การควบคุมที่ตัวเองที่พอตเตอร์หมายถึง “การรู้เท่าทันสื่อ” หรือ Media Literacy ที่เราเป็นผู้กำหนดเขตแดนระหว่างเรากับสื่อ รู้จักและเข้าใจสื่อ เลือกใช้สื่อได้ตามต้องการ ไม่ใช่มีชีวิตในแบบที่สื่อต้องการ

ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “มั่นใจว่าคนไทยเกิน 1 ล้าน เกลียดเมธาวิ” ของทรงยศ สุขมากอนันต์ ซึ่งออกอากาศเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2553 ในรายการบันเทิงกรรม ทางไทยทีวีสีช่อง 3 ได้สะท้อนให้เห็นกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลและผลของการเปิดรับสื่อ ทั้งจากสื่อบุคคล ในลักษณะของการพูดปากต่อปาก (Word of Mouth) และสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) ที่สามารถทำให้คนจำนวนมากเกลียดชังบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้จากการรับข้อมูลที่บิดเบือนแฝงอคติผ่านสื่อ โดยไม่ไตร่ตรอง

สอดคล้องกับมุมมองของณัฐ ศักดาทร [7] เศรษฐศาสตร์บัณฑิตเกียรตินิยม จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด นักร้องและหนึ่งในผู้ใช้เฟซบุ๊กกลุ่มบุกเบิก ที่เคยได้รับผลกระทบจากการถูกกล่าวถึงในสื่อต่างๆ ให้สัมภาษณ์กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ ว่า

เยาวชนควรเรียนรู้ที่จะพิจารณาอย่างรอบคอบว่า อะไรจริง อะไรไม่จริง เมื่อมีข่าวลือเกิดขึ้นและแพร่กระจายในโลกไซเบอร์ การวิพากษ์วิจารณ์หรือนินทาโดยไม่คิดก่อนว่าเรื่องนั้นอาจไม่จริงก็ได้ อาจนำมาซึ่งความทุกข์

สำหรับผู้อื่นโดยที่เราไม่ได้ตั้งใจ

คำถามคือ ทำอย่างไรผู้รับสารจึงจะมีภูมิคุ้มกัน สามารถแยกแยะได้ว่าสารที่ผู้ส่งสาร เผยแพร่ผ่านสื่อสารพัสดุรูปแบบ มีสิ่งใดแอบแฝงมาบ้าง

ในการนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานปฏิรูปสื่อ โดยคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย [8] เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2553 ประกอบด้วยหัวข้อวิจัยย่อย 5 เรื่อง เก็บข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้อง 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชน 2) กลุ่มองค์กรกำกับดูแลสื่อ 3) กลุ่มนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชน 4) กลุ่มผู้บริโภคสื่อ และ 5) กลุ่มองค์กรวิชาชีพสื่อ

ประเด็นที่เป็นข้อเสนอสำคัญจากการสรุปผลการวิจัยจากทุกกลุ่ม คือ ภาครัฐควรส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้บริโภค โดยดำเนินการ 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) บรรจุในหลักสูตรการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา และ 2) รณรงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจระดับกว้างในสังคม

เมื่อพูดถึงการรู้เท่าทันสื่อ ตามความหมายดั้งเดิมจะหมายถึงสื่อหนังสือพิมพ์ แต่ต่อมาสื่อไม่ได้มีเพียงหนังสือพิมพ์เท่านั้น หากหมายรวมถึงภาพถ่าย ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ซึ่งเปิดสอนในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาอย่างแพร่หลาย

ปัจจุบันพบว่าหลายประเทศที่มีความตื่นตัวได้บรรจุความรู้เท่าทันสื่อไว้ในหลักสูตรการศึกษาของประเทศ [9] เช่น ความพยายามบรรจุการสอนวิธีการอ่านหนังสือพิมพ์เข้าเป็นหลักสูตรในโรงเรียนมัธยมในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น [10]

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยในต่างประเทศที่แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญในการศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักวิชาการ ทั้งในด้านการเรียนการสอนและการวิจัยสื่อมวลชน โดยเฉพาะใน แคนาดา ออสเตรเลีย อังกฤษ สหรัฐอเมริกาและอีกหลายประเทศ

กล่าวสำหรับสังคมไทย แม้ว่าในช่วงเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกขององค์การยูเนสโกจะรับแนวนโยบายการยกระดับการรู้เท่าทันสื่อให้สูงขึ้นมาขับเคลื่อนในประเทศไทย ทั้งการรวบรวมองค์ความรู้และการนำไปสู่วิถีแห่งการปฏิบัติ ให้เด็กและเยาวชนรู้เท่าทันสื่อ แต่ต้องยอมรับว่าความรู้ความเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยยังอยู่ในวงจำกัด การศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวยังไม่แพร่หลาย จำเป็นที่จะต้องส่งเสริมให้เกิดกระบวนการศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

ปัญหาการวิจัย

1. สถาบันอุดมศึกษาไทยมีการจัดการเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่อในลักษณะใดบ้าง

2. นักวิชาการสื่อสารมวลชน นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน นักศึกษาด้านสื่อสารมวลชนมีความคิดเห็นเรื่องบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่ออย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสอนการรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรด้านสื่อสารมวลชนของสถาบันอุดมศึกษาไทย

2. เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเรื่องบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อในทัศนะของนักวิชาการสื่อสารมวลชน นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน และนักศึกษาด้านสื่อสารมวลชน

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับการสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อ” ศึกษาเฉพาะหลักสูตรการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน ของสถาบันอุดมศึกษา ในระดับปริญญาตรีเท่านั้น

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

สถาบันอุดมศึกษา หมายถึง สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยที่เปิดสอนหลักสูตรด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่ นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน ระดับปริญญาตรี

นักวิชาการสื่อสารมวลชน หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป และมีประสบการณ์ในการสอนวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน

นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์ในการทำงานในวงการสื่อสารมวลชนสาขาต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์

นักศึกษาด้านสื่อสารมวลชน หมายถึง นักศึกษาที่กำลังศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี ในคณะนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชน

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ระดับความสามารถของบุคคลในการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ 1.การตระหนัก 2.การเข้าใจสาร 3.การวิเคราะห์ 4.การประเมินค่า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบหลักสูตรการสอนเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรระดับปริญญาตรีด้านสื่อสารมวลชนของสถาบันอุดมศึกษาไทย
2. ได้ทราบทัศนะจากนักวิชาการ นักวิชาชีพ และนักศึกษาสื่อสารมวลชน เรื่องบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อ
3. ได้แนวทางกำหนดบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยในการจัดการเรียนการสอน การบริการวิชาการ และการวิจัย เพื่อสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อ

วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับการสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อ” ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาการจัดหลักสูตรการเรียนการสอน การกำหนดรายวิชาเปิดสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยศึกษาจากคู่มือหลักสูตรของสถาบันอุดมศึกษาไทยที่เปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน จำนวน 33 แห่ง

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักวิชาการและนักวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่มีต่อการแสดงบทบาทในการสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยสัมภาษณ์นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่เป็นผู้สอนหรือเกี่ยวข้องกับกิจกรรมวิชาการด้านความรู้เท่าทันสื่อ และนักวิชาชีพสื่อสารมวลชน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อใหม่ ใช้การเลือกแบบเจาะจง ดังนี้

2.1) มาริษา สุจิตวนิช อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

2.2) อังคณา พรหมรักษา อาจารย์ประจำภาควิชาานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.3) ชชาติร์ บัวคลี อาจารย์ประจำภาควิชาานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

2.4) อมรรัตน์ มหิทธิรุกข์ อดีเตเลขาธิการสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

2.5) รัศมิมาลย์ เกียวศรีกุล ผู้จัดการส่วนฝึกอบรมและพัฒนา MCOT ACADEMY บมจ.อสมท. นักจัดรายการวิทยุ และโปรดิวเซอร์รายการโทรทัศน์.

2.6) ฐิติชัย อัญญาวัชรระ รองประธานฝ่ายวิชาการ ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

3. การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์/สื่อสารมวลชนที่มีต่อการแสดงบทบาทในการสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ใช้การเลือกแบบเจาะจง จากสาขาวิชาวารสารศาสตร์ วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาด สาขาวิชาละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาไทยกับการสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อ” ปรากฏผลการวิจัย ดังนี้

การจัดการเรียนการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตร์ในปัจจุบัน

1. การจัดเนื้อหาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ ในภาพรวมพบว่า มี 3 ลักษณะที่สำคัญปรากฏในหลักสูตรการสอน คือ 1) วิชาที่มุ่งสอนเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อโดยตรง กำหนดชื่อวิชาที่เจาะจงคำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” 2) วิชาที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาและความสัมพันธ์ของสื่อกับสังคม และ 3) วิชาด้านการผลิตต่างๆ ที่ทำให้ผู้ผลิตสื่อสามารถทราบเทคนิคและกระบวนการประกอบสร้างความจริงทางสังคมที่เกิดจากสื่อ

2. การจัดสถานภาพของรายวิชาการรู้เท่าทันสื่อ มีการให้ความสำคัญแตกต่างกันไป กล่าวคือ 1) เรียนเฉพาะนักศึกษาของคณะนิเทศศาสตร์วารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน โดยบางสถาบันเปิดเป็นวิชาแกน บางสถาบันเปิดเป็นวิชาเอกเลือก 2) นักศึกษาทุกคนในสถาบันสามารถเรียนได้ ทั้งนี้ บางสถาบันจัดให้เป็นรายวิชาพื้นฐานทั่วไปสำหรับนักศึกษาทุกคน บางสถาบันจัดให้เป็นวิชาเลือกเสรีสำหรับนักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนได้

ทักษะของนักวิชาการ นักวิชาชีพ และนักศึกษาสื่อสารมวลชน ต่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อ

1. ความจำเป็นในการเปิดรายวิชาการรู้เท่าทันสื่อ สำหรับนักศึกษาที่เรียนด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน และสาขาที่เกี่ยวข้อง ไม่จำเป็นต้องเปิดรายวิชาการรู้เท่าทันสื่อ แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าคือการสอดแทรกความรู้เรื่องการเท่าทันสื่อไปในทุกรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผสมกลมกลืนเป็นเนื้อเดียว และเป็นการเน้นย้ำความสำคัญของกรู้เท่าทันสื่อว่าเกี่ยวข้องกับทุกเรื่องที่ต้องสื่อสารผ่านสื่อ

ส่วนนักศึกษาที่ไม่ได้เรียนด้านสื่อสารมวลชน ควรได้รับความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อเป็นอย่างยิ่ง เพราะนักศึกษาเหล่านี้ก็คือหนึ่งในประชาชนผู้รับสารที่บริโภคสื่อ ดังนั้น หากจะมีการเปิดสอนรายวิชาการรู้เท่าทันสื่อควรเปิดให้นักศึกษาต่างคณะทุกคนได้เรียนเป็นวิชาพื้นฐานทั่วไปซึ่งจะได้เรียนเหมือนกันทุกคน เป็นการให้ความรู้ในระดับที่สามารถนำไปปรับใช้ในการพิจารณาวิเคราะห์สื่อที่เปิดรับอยู่ทุกวัน

“การรู้เท่าทันสื่อ เป็นเรื่องที่ยาวขนทุกระดับ รวมทั้งผู้ใหญ่ทุกระดับด้วย จำเป็นต้องมีทักษะในการคิด วิเคราะห์ เพื่อแยกแยะ หรือส่งต่อข่าวสารนั้น ดังนั้น จึงคิดว่าไม่จำเป็นจะต้องมีรายวิชา การรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรนิเทศศาสตร์ แต่อาจารย์ผู้สอน ควรสอดแทรกเข้าไปในทุกรายวิชา แม้แต่วิชาชีวิต เพราะ การรู้เท่าทัน ไม่ได้เน้นเฉพาะนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์เท่านั้น” [11]

2. การรู้เท่าทันสื่อต้องมาพร้อมจริยธรรมสื่อ ในการกล่าวถึงการรู้เท่าทันสื่อ จำเป็นต้องกล่าวถึงจริยธรรมของสื่อด้วย ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตสื่อคือต้นทางที่จะสร้างสรรค์เนื้อหาออกเผยแพร่ หากผู้ผลิตมีคุณธรรมจริยธรรมแล้ว เนื้อหาสารที่ถูกส่งต่อเผยแพร่ออกไปย่อมไม่มีพิษภัยต่อผู้รับสาร เป็นการสกัดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากต้นทางโดยตรง [12]

3. การบริการวิชาการ

นักวิชาการและนักวิชาชีพให้ความเห็นว่า การให้บริการวิชาการของสถาบันการศึกษาสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมรู้เท่าทันสื่อได้ โดยการหาพาคีที่เกี่ยวข้องมาร่วม ทั้งนักวิชาชีพสื่อ หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น นักกฎหมาย นักสังคมสงเคราะห์ ฯลฯ ทำการจัดอบรมเรื่องการรู้เท่าทันสื่อให้กับประชาชน นักศึกษาด้านสื่อสารมวลชนเสนอว่า สามารถบูรณาการการเรียนการสอนกับการบริการวิชาการโดยให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดอบรมให้กับชุมชนได้

ทั้งนี้ การบริการวิชาการดังกล่าว อาจดำเนินการ 2 ลักษณะ ได้แก่

3.1 การให้ความรู้กับบุคคลที่เป็นผู้นำความคิด

แกนนำชุมชน เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ของสังคม เช่น ครู อสม. อบต. อบจ. หรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กลุ่มคนเหล่านี้ช่วยกระจายความรู้ไปยังเครือข่าย ซึ่งกิจกรรมลักษณะดังกล่าวจะช่วยกระจายความรู้ด้านกรู้เท่าทันสื่อไปยังพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ [13]

ตัวอย่างกิจกรรมลักษณะนี้ ได้แก่ บมจ.อสมท. จัดโครงการ “ปั้นความรู้ สื่อสร้างสรรค์ สู่วิทยาลัย” (9ทันสื่อ) เป็นความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ขององค์กร ระหว่างปี 2556-2557 เชิญอาจารย์จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้ความรู้เรื่องกรู้เท่าทันสื่อ มีกลุ่มเป้าหมาย เป็นครูและนักเรียนระดับชั้นมัธยมปลายทั่วประเทศ ดำเนินการโดยคัดเลือกผู้แทน ครูและนักเรียน โรงเรียนละ 4 คน ปีละ 80 โรงเรียน เข้าค่ายทำกิจกรรมรู้เท่าทันสื่อตามภาคต่างๆ ปีละ 4 ครั้ง และนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ต่อในโรงเรียนโดยจัดเข้า กลุ่มสาระวิชา หรือกิจกรรมชุมนุม ตามรูปแบบที่แต่ละโรงเรียนสามารถทำได้ และติดตามการขยายผลการต่อยอดการเรียนรู้ของแต่ละโรงเรียน [14]

3.2 การเจาะเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม

การอบรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ อาจใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง เพื่อวางกรอบเนื้อหาเฉพาะทาง ตามความถนัด ความสนใจ หรือความเหมาะสมของแต่ละสถาบันการศึกษา ขณะเดียวกันก็จะได้ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกับปัญหาที่เขาประสบ เช่น ผู้ใช้แรงงาน เด็ก สตรี กลุ่มด้อยโอกาสในสังคม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีความต้องการรู้เท่าทันสื่อในประเด็นที่แตกต่างกัน [15]

ทั้งนี้ แต่ละสถาบันการศึกษาอาจจัดกิจกรรมบริการวิชาการดังกล่าวในเขตพื้นที่ใกล้กับสถานศึกษาของตน เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อเนื่องและยั่งยืน ตัวอย่างเช่น คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จัดโครงการสร้างการรู้เท่าทันสื่อแก่เด็ก เยาวชน ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม โดยการสร้างฐานการเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ และฝึกทักษะเกี่ยวกับการผลิตสื่อหนังสือสั้นเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อกระบวนการผลิตสื่อแก่นักเรียน ซึ่งเมื่อเกิดความเข้าใจในกระบวนการผลิตสื่อแล้ว จะได้เกิดความตระหนักในการเปิดรับสื่อ เนื้อหาสาระที่ถูกส่งผ่านจากสื่ออย่างรู้จักคิด มีวิจารณญาณ [16]

4. การส่งเสริมการวิจัย

บทบาทสำคัญประการหนึ่งตามพันธกิจของสถาบันการศึกษา คือ การค้นคว้าวิจัยให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ สำหรับทิศทางการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อในสาขานิเทศศาสตร์นั้น นักวิชาการและนักวิชาชีพให้ความเห็นไว้ดังนี้

4.1 การวิจัยตามองค์ประกอบการสื่อสาร

ชาติรี บัวคลี [17] เสนอว่า การรู้เท่าทันสื่อควรมุ่งไปยังกลุ่มผู้ผลิตสื่อ โดยเฉพาะการมุ่งเน้นให้ผู้ผลิตมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ในการผลิตและสร้างสรรค์สื่อ เช่น ผู้ผลิตหนังสือละคร ผู้ผลิตโฆษณา โดยเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ

ขณะที่อังคณา พรหมรักษา [18] เสนอว่า อาจมุ่งศึกษาถึงผู้รับสาร ปัจจุบันว่า มีทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับใดบ้าง มีความเข้าใจอย่างไร ต่อเนื้อหาสาระที่สื่อนำเสนอ ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การวางแผนทางการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้สอดคล้องกับผู้รับสารต่อไป

4.2 การคำนึงถึงการนำไปใช้ประโยชน์

อมรรัตน์ มหิทธิรุกข์ [19] และฐิติชัย อัญญาวัชระ [20] ให้ทัศนะสอดคล้องกันว่า ปัจจุบันการวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อมีองค์ความรู้ที่ดำเนินการตรวจสอบสื่อมวลชน ได้แก่มิเดียมอนิเตอร์ ในส่วนของสถาบันการศึกษา การผลิตงานวิจัยควรคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากผลการวิจัยแต่ละเรื่อง ทั้งนี้งานวิจัยควรตอบโจทย์การพัฒนางานการสื่อสารมวลชน กล่าวคือ ผลที่ได้จากการวิจัยควรสามารถนำมาชี้ให้เห็นจุดบกพร่องในการทำงานของสื่อมวลชน เพื่อให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการทำงาน จุดช่องโหว่ที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ยังควรนำมาใช้ในการพัฒนาคนในสังคมให้เกิดความรู้ความเข้าใจ สร้างการรู้เท่าทันสื่ออย่างเป็นรูปธรรมได้

นอกจากนี้ นักวิชาชีพยังชี้ให้เห็นว่า งานวิชาการจำนวนไม่น้อยที่ทำเสร็จแล้วไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ ดังนั้น ควรนำผลการวิจัยมาเผยแพร่แลกเปลี่ยนระหว่างวิชาการกับวิชาชีพโดยผ่านเวทีการประชุมสัมมนา รวมทั้งเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ให้ประชาชนได้รับทราบด้วย

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย ชี้ให้เห็นว่าสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน ควรจัดการเรียนการสอนที่มีลักษณะการสอดแทรกเนื้อหารายวิชาต่างๆ ให้มีการเรียนรู้การรู้เท่าทันสื่ออย่างกลมกลืนเป็นเนื้อเดียว ควรให้บุคคลเรียนรู้เรื่องการเท่าทันสื่อตั้งแต่เด็ก ควรปลูกฝังตั้งแต่ระดับประถม มัธยม ก่อนที่จะมาถึงอุดมศึกษา ทั้งนี้ มีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนรู้จักการคิด

วิเคราะห์อย่างมีวิจารณ์ญาณ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับระบบการศึกษาของไทย

2. นอกเหนือจากสถาบันการศึกษาแล้ว นักวิชาการ นักวิชาชีพ และนักศึกษาด้านสื่อสารมวลชน เสนอว่า นอกเหนือจากสถาบันการศึกษาทุกระดับแล้ว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ควรแสดงบทบาทในการร่วมสร้างและส่งเสริมให้สังคมรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

2.1 สื่อมวลชน ควรมีบทบาทสำคัญในการเป็นจุดเริ่มต้นของเนื้อหาข่าวสารที่ถูกต้อง เทียงตรง แม่นยำ ไม่ชี้นำความคิดโดยขาดจริยธรรม อีกทั้งควรเป็นผู้นำให้กับประชาชนในการวิเคราะห์แยกแยะประเด็นต่างๆ โดยสื่อที่มุ่งเน้นทางธุรกิจ ต้องมีจริยธรรมจรรยาบรรณในการให้ข้อมูลที่เป็นจริง ไม่หลอกลวง ไม่เกินจริง ส่วนสื่อสาธารณะและสื่อชุมชนก็ต้องเสริมสร้างการรู้เท่าทันด้วยรายการที่ช่วยสอนและให้ข้อมูลรอบด้านแก่ประชาชน

นอกจากนี้ สื่อมวลชนยังต้องรู้เท่าทันแหล่งข่าว ไม่ปล่อยให้แหล่งข่าวใช้พื้นที่สื่อสร้างประโยชน์ส่วนตัว ต้องมีความกล้าที่จะต่อต้านแหล่งข่าวที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม รวมทั้งสามารถวิพากษ์วิจารณ์สื่อด้วยกันเองที่ประพฤติปฏิบัติไม่เหมาะสมด้วย

2.2 ภาครัฐ เป็นองค์กรที่สำคัญและเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ จำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีนโยบายและสนับสนุนงบประมาณเพื่อสร้างการรู้เท่าทันสื่อแก่ประชาชน ไม่ว่าจะผ่านสื่อสาธารณะหรือสื่อประเภทอื่นๆ โดยอาจให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านการศึกษา ด้านสังคม ฯลฯ รับนโยบายไปสนับสนุนภารกิจนี้

นอกเหนือจากการกำหนดสัดส่วนรายการต่างๆ แล้ว ภาครัฐควรจัดให้มีหน่วยงานเฝ้าระวังด้านเนื้อหารายการ และหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนเรื่องดังกล่าวนี้โดยเฉพาะ

นอกจากนี้ ภาครัฐควรมีมาตรการที่เหมาะสมในการลงโทษสื่อมวลชนที่กระทำผิดสร้างผลกระทบต่อประชาชน มากกว่าการเพิกเฉย

ละเลย ไม่สนใจ กฎหมายต้องเข้มแข็ง เพื่อให้สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ของตรง
อย่างตรงไปตรงมาที่สุด

2.3 ภาคเอกชน เจ้าของสินค้าและบริการต่างๆ จะต้องให้
ข้อมูลผ่านสื่อที่เป็นความจริง ไม่บิดเบือน เกินจริง หรือเป็นเท็จ ไม่มุ่งผล
ประโยชน์เฉพาะเชิงธุรกิจมากเกินไปจนละเลยความรับผิดชอบต่อประชาชน และ
สังคมโดยรวม

อีกทั้งภาคเอกชนยังควรให้การสนับสนุนสื่อที่มีจริยธรรม และ
มุ่งเน้นการนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ไม่ใช่เลือกสนับสนุนเฉพาะสื่อ
ที่มีเรตติ้งสูงเท่านั้น

2.4 ภาคประชาชน ควรมีความกระตือรือร้น (active) รักษาผล
ประโยชน์ของตนเอง หากได้รับผลกระทบจากสื่อ ควรร้องเรียนต่อหน่วยงานที่
เกี่ยวข้อง และสื่อสารข้อมูลออกสู่สาธารณะ ควรสนับสนุนสื่อที่ดี มีประโยชน์
ไม่ชี้นำสังคมไปในทิศทางที่ผิด ไม่เปิดรับสื่อที่ขาดจริยธรรม

นอกจากนี้ ประชาชนควรรวมกลุ่มกันในฐานะผู้บริโภคเพื่อ
เฝ้าระวังการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาสินค้าและ
บริการ รวมทั้งรายการบันเทิงต่างๆ ที่มีผู้ชมจำนวนมาก สร้างเครือข่ายกลุ่มผู้
บริโภคเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้ หากเครือข่ายของผู้บริโภคเข้มแข็งก็จะมีพลัง
มากพอที่จะก่อให้เกิดสมดุลระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารให้สามารถคานอำนาจ
ต่อกันและกันได้

รายการอ้างอิง

[1] กาญจนา แก้วเทพ. (2543) **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : เอดิสัน เพรส โปรดักส์.

[2] เกษม จันทร์น้อย. **ปฏิรูปสื่อ : ปฏิรูปประเทศ**. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ฉบับประจำวันที่ 11 พฤศจิกายน 2553. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaipost.net/news/111110/29971>

[3] โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม (Media Monitor). **รายงานสรุปผลการศึกษารอบที่ 12 เรื่อง โทรทัศน์ไทยมองผู้ชมเป็นผู้บริโภค (Consumers) หรือ พลเมือง (citizens)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [http://mediamonitor.in.th/home/forum/b2/\(consumers\)-\(citizens\)/](http://mediamonitor.in.th/home/forum/b2/(consumers)-(citizens)/)

[4] อัครวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2553) **“ทัศนะของนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชนที่มีต่อการปฏิรูปสื่อ”**. เอกสารประกอบการนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานปฏิรูปสื่อ.

[5] ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล (2523) **“แนวทางการปฏิรูปสื่อในมุมมองขององค์กรกำกับดูแลสื่อ”** เอกสารประกอบการนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานปฏิรูปสื่อ

[6] Potter, W. James. (1998) Media Literacy อ้างใน สุภาณี แก้วมณี. (2547) **การศึกษารู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

[7] Nat Sakdatorn. “Nat AF4: Singer, writer and Facebook pioneer”, Bangkok Post Newspaper. <http://www.bangkokpost.com/tech/technews/211341/nat-af4-singer-writer-and-facebook-pioneer>. 15 December, 2010.

[8] ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และคนอื่นๆ. (2553) **“สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิรูปสื่อในประเทศไทย”** เอกสารประกอบการนำ

เสนอผลการศึกษาวิจัยเพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานปฏิรูปสื่อ.

[9] อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์. (2543) การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อสำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

[10] สุภาณี แก้วมณี. (2547) การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

[11] มารีษา สุจิตวินิช. อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. **สัมภาษณ์**, 31 สิงหาคม 2557

[12] อมรรัตน์ มหิทธิรุกข์. อดีตเลขาธิการสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. **สัมภาษณ์**, 9 สิงหาคม 2557.

[13] ชาตรี บัวคลี่. อาจารย์ประจำภาควิชาานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. **สัมภาษณ์**, 24 สิงหาคม 2557

[14] รัศมิมาลย์ เกียวศรีกุล. ผู้จัดการส่วนฝึกอบรมและพัฒนา MCOT ACADEMY บมจ.อสมท. นักจัดรายการวิทยุ และโปรดิวเซอร์รายการโทรทัศน์. **สัมภาษณ์**, 29 สิงหาคม 2557

[15] ดูรายการอ้างอิง [12]

[16] อังคณา พรหมรักษา. อาจารย์ประจำภาควิชาานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. **สัมภาษณ์**, 28 สิงหาคม 2557

[17] ดูรายการอ้างอิง [13]

[18] ดูรายการอ้างอิง [16]

[19] ดูรายการอ้างอิง [12]

[20] จิตติชัย อัญญาวัชระ. รองประธานฝ่ายวิชาการ ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ. **สัมภาษณ์**. 4 สิงหาคม 2557