

การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ภพพรหมินทร์ วโรตม์วัฒนานนท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)  
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

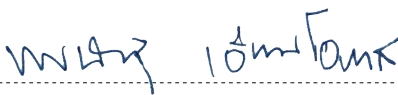
2560

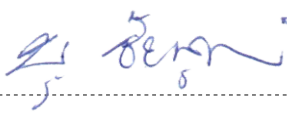
การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโลก  
ภพพรหมินทร์ วัชรวัฒน์นันท์  
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

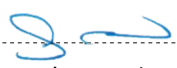
ผู้ช่วยศาสตราจารย์  อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์  ประธานกรรมการ  
(ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร)

รองศาสตราจารย์  กรรมการ  
(ชนบพันธุ์ เอี่ยมโสภาส)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์  กรรมการ  
(ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ)

ศาสตราจารย์  คณบดี  
(ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)  
กุมภาพันธ์ 2561

## บทคัดย่อ

|                 |                                                       |
|-----------------|-------------------------------------------------------|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก       |
| ชื่อผู้เขียน    | นายภพพรหมินทร์ วัชรวัฒน์นันท์                         |
| ชื่อปริญญา      | ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร) |
| ปีการศึกษา      | 2560                                                  |

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักการของการรู้เท่าทันสื่อ กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ทั้งหมดจำนวน 15 ท่าน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักบวชชาย กลุ่มนักบวชหญิง และกลุ่มฆราวาส/ญาติธรรมในพุทธสถานอโศก เครื่องมือที่ใช้ศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์ และสร้างข้อสรุปด้วยการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) ตามชนิดของข้อมูล (Typologies) พร้อมทั้งตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

ผลการวิจัยพบว่า 1) หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก พบว่ามี 7 มิติ/ด้าน ได้แก่ มิติด้านการรู้เหตุ มิติด้านการรู้ผล มิติด้านการรู้ตน มิติด้านการรู้ประมาณ มิติด้านการรู้กาล มิติด้านการรู้สังคม และมิติด้านการรู้บุคคล 2) กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก พบว่ามี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการเข้าถึงสื่อ ขั้นตอนวิเคราะห์สื่อ ขั้นตอนตีความสื่อ ขั้นตอนประเมินค่าสื่อ และขั้นตอนการใช้ประโยชน์จากสื่อ และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก พบว่ามี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายนอกเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสื่อ พบว่ามี 2 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านสื่อ และปัญหาด้านการส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยม ส่วนปัจจัยภายในเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้ ความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร พบว่ามี 3 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ในตน และปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ว่าสื่อคือปัญหา

## ABSTRACT

|                        |                                                    |
|------------------------|----------------------------------------------------|
| <b>Title of Thesis</b> | The Development of Asoke's Media Literacy Model    |
| <b>Author</b>          | Mr. Bhopbhommin Warotwatthananont                  |
| <b>Degree</b>          | Master of Arts (Communication Arts and Innovation) |
| <b>Year</b>            | 2017                                               |

---

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. 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.

## กิตติกรรมประกาศ

“เป้าหมายของการศึกษาไม่ว่าจะระดับใด มีไว้เพื่อการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพให้แก่บุคคลผู้ซึ่งเห็นคุณค่าแห่งการแสวงหาความรู้เพื่อนำพาชีวิตไปสู่ความมีปัญญาเป็นที่สุด” วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เปรียบประดุจจุดหมายของการฝึกฝนและพัฒนาศักยภาพตนอีกหนึ่งก้าว ยังผลให้รู้จักตนเอง รู้จักผู้อื่น รู้จักการเสียสละเพื่อที่จะสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่สังคมส่วนรวมด้วยความยินดีต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งคอยกระตุ้นเตือน ให้กำลังใจ และสนับสนุนองค์ความรู้ทางวิชาการแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด กระทั่งผลงานชิ้นนี้เสร็จสิ้นตามกรอบระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ชนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่มีส่วนช่วยในการแนะแนวทางปรับปรุงแก้ไขผลงานให้มีคุณภาพ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงทั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าและมอบโอกาสให้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ยังผลให้งานวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ในระยะเวลาอันสั้น รวมถึงคณะอาจารย์ เจ้าหน้าที่ของคณะนิเทศศาสตร์ฯ และสำนักบรรณสารการพัฒนา (นิค้า) ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษา ณ สถาบันอันทรงเกียรติแห่งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณกำลังใจที่ได้รับจากครอบครัวและกัลยาณมิตรทุกท่าน ได้แก่ พี่เพื่อนน้องชาว GSCM คณะผู้บริหารบริษัท เซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ (ประเทศไทย) จำกัด คณะผู้บริหารบริษัท แสซแท็ก มีเดีย จำกัด และคณะผู้บริหารโรงเรียนเจริญสอนวิทยา (อนุบาลบ้านดิน) ที่ได้อนุญาตให้ผู้วิจัยได้มีเวลาศึกษาค้นคว้าจนบรรลุเป้าหมายในที่สุดผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าทุกท่านจักประสบแต่ความสุขกายสบายใจในทุกขณะของการดำเนินชีวิตด้วยความปิติยินดียิ่ง

ภพพรหมินทร์ วัชรวัฒน์นานนท์

กุมภาพันธ์ 2561

## สารบัญ

### หน้า

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| บทคัดย่อ                                    | (3) |
| ABSTRACT                                    | (4) |
| กิตติกรรมประกาศ                             | (5) |
| สารบัญ                                      | (6) |
| สารบัญตาราง                                 | (8) |
| สารบัญภาพ                                   | (9) |
| <br>                                        |     |
| บทที่ 1 บทนำ                                | 1   |
| 1.1 ความเป็นมาของปัญหา                      | 1   |
| 1.2 คำถามการวิจัย                           | 7   |
| 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย                    | 7   |
| 1.4 ขอบเขตการวิจัย                          | 8   |
| 1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย      | 8   |
| 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ               | 9   |
| 1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย                      | 9   |
| บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 10  |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อต่อสังคม   | 10  |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ        | 24  |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิดีโอโซเชียล            | 87  |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย                    | 99  |
| 3.1 แบบแผนการวิจัย                          | 99  |
| 3.2 การสร้างเครื่องมือ                      | 100 |
| 3.3 กำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลสำคัญ         | 101 |
| 3.4 วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ        | 102 |

|                                                                         |            |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                                          | 104        |
| 3.6 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ                                | 106        |
| 3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล                                                 | 106        |
| 3.8 การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล                                     | 107        |
| 3.9 การนำเสนอข้อมูล                                                     | 107        |
| <b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>                                               | <b>108</b> |
| 4.1 ตอนที่ 1 หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก                     | 108        |
| 4.2 ตอนที่ 2 กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก            | 125        |
| 4.3 ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก | 139        |
| <b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>                             | <b>144</b> |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย                                                      | 144        |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย                                                   | 149        |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ                                                          | 162        |
| <b>บรรณานุกรม</b>                                                       | <b>164</b> |
| <b>ภาคผนวก</b>                                                          | <b>174</b> |
| ภาคผนวก ก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)                            | 175        |
| ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์                                                   | 177        |
| <b>ประวัติผู้เขียน</b>                                                  | <b>180</b> |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่                                                                                                  | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 2.1 วิเคราะห์มิติของการรู้เท่าทันสื่อ                                                                     | 28   |
| 2.2 วิเคราะห์ขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อในบริบทสังคมไทย                                                   | 44   |
| 2.3 วิเคราะห์แนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ                                                | 85   |
| 4.1 วิเคราะห์คำหลักเพื่อจัดกลุ่มคำเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิธีอโศก                         | 124  |
| 4.2 วิเคราะห์คำหลักเพื่อจัดกลุ่มคำเกี่ยวกับกระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามวิธีอโศก                             | 138  |
| 4.3 วิเคราะห์คำหลักเพื่อจัดกลุ่มคำเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้าง<br>การรู้เท่าทันสื่อตามวิธีอโศก | 143  |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่                                                         | หน้า |
|----------------------------------------------------------------|------|
| 2.1 มิติของการรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดของพรทิพย์                | 27   |
| 2.2 ขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดของพรทิพย์             | 43   |
| 2.3 รูปแบบการรู้เท่าทันสื่อของพอดเตอร์                         | 52   |
| 2.4 รูปแบบการรู้เท่าทันสื่อของพรทิพย์                          | 53   |
| 2.5 มิติเพื่อการวิเคราะห์สื่อของพรทิพย์                        | 58   |
| 2.6 แบบจำลองการเข้ารหัสและการถอดรหัส                           | 64   |
| 2.7 โลกทางกายภาพและโลกทางสังคมของปัจเจกบุคคล                   | 79   |
| 3.1 แบบแผนการวิจัย                                             | 100  |
| 4.1 หลักการรู้เท่าทันสื่อตามวิธีอัสค                           | 123  |
| 4.2 กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิธีอัสค            | 137  |
| 4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิธีอัสค | 142  |
| 5.1 รูปแบบการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิธีอัสค            | 161  |

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาของปัญหา

“วิถีชาวโศก” (วิถีโศก) เป็นนามที่เรียกขานคนกลุ่มหนึ่ง ที่มีวิถีชีวิตดำเนินไปตามความเชื่ออย่างยิ่งว่าชีวิตจะประสบ “ความจริง ความประเสริฐ ความเจริญ ที่มีคุณค่าสูงส่ง มีความสุขพิเศษ ความถูกต้อง ประโยชน์อันยิ่ง ในความเป็นมนุษย์ เป็นสังคม” นั้น ต้องมี “การศึกษา 3” (ไตรสิกขา) หรือมีการเรียนรู้ฝึกฝนธรรมะของพระพุทธเจ้า เป็นแก่นแกน ให้แก่ชีวิต ให้แก่สังคม เป็นสำคัญ (สมณะโพธิรักษ์, 2559) ยังผลให้เห็นว่าวิถีชาวโศกได้นำเอาหลักคำสอนทางพุทธศาสนาไปใช้ในการพัฒนาคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งชาวโศกเรียกกิจกรรมนี้ว่า “วิปัสสนาจอแก้ว” โดยเป็นแนวคิดของสมณะโพธิรักษ์อาทิกาลว่า “วิถีทัศน์นี้ มันเป็นเรื่องมือสื่อสารที่มอมเมาโลกและไปเลย มันมีฤทธิ์แรงประสิทธิภาพสูง แต่ทำไมเราปล่อยปละละเลย คนไม่มีความสามารถที่จะเอามันมาใช้ให้เป็นสิ่งที่ดีได้หรือ” (มูลนิธิธรรมสันติ, 2530) นอกจากนี้สมณะโพธิรักษ์ ยังกล่าวไว้อีกว่า “สื่อหรือวิถีทัศน์มันไม่หยุดเท่านี้ ในอนาคตจะไปอีก 1-200 ปีข้างหน้ามันยิ่งจะรุนแรงรุกร้าอีกขนาดหนัก เราจะต้องเตรียมความรู้ เตรียมตัวเพื่อที่จะป้องกัน ช่วยเหลือเพื่อฟายมนุษย์พวกนี้เอาไว้ก่อน” (มูลนิธิธรรมสันติ, 2530) ยังผลให้กลุ่มชาวโศกเล็งเห็นถึงปัญหาของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อสังคมสืบเนื่องมาจากคนในสังคมยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างเพียงพอ ส่งผลให้คนตกเป็นเหยื่อของสื่อมาโดยตลอด ทั้งนี้สมณะโพธิรักษ์จึงได้นำหลักฝึกปฏิบัติตามแนวพุทธมาสร้างเสริมภูมิคุ้มกันเพื่อใช้รับมือกับสื่อ และนำสื่อเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคนภายในพุทธสถานโศกอย่างเป็นรูปธรรม

ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติหลายฉบับที่ผ่านมา ได้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชาติให้มีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้มาโดยตลอด รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564 ซึ่งจะเริ่มใช้ในช่วงต้นเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2559 จึงยังคงยึดกรอบแนวคิดและหลักการในการ

วางแผนที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ (1) การน้อมนำและประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (2) คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม (3) การสนับสนุนและส่งเสริมแนวคิดการปฏิรูปประเทศ และ (4) การพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ประชาชนหรือคนในชาติ” ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศ เพราะเมื่อคนในชาติมีความมั่นคงทางจิตใจ ร่างกาย รวมทั้งทักษะทางความคิดและความสามารถ โดยการส่งเสริม “คุณธรรม” และ “ความรู้” ซึ่งจะนำไปสู่การคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล พร้อมทั้งเสริมสร้างการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตเพื่อก้าวสู่สังคมได้อย่างมั่นคง (บุบผา เมฆศิริทองคำ, 2554)

ในปัจจุบันผู้คนจำนวนมากได้ใช้สื่อเป็นช่องทางในการเรียนรู้และแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ดังที่ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547) กล่าวไว้ว่า ข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้จากสื่อเป็นเครือข่ายที่ครอบคลุมสังคมไทยซึ่งบางครั้งผู้รับสารอาจไม่รู้สึกรู้สว่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ที่ผ่านสื่อถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมของประชาชนในสังคม ด้วยเหตุนี้ “สื่อ” (Media) จึงมีบทบาทต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคคลในสังคม อีกทั้งยังมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตผ่านการปลูกฝังหรือบ่มเพาะความเชื่อ ทศนคติ ความคิด ค่านิยม การประเมินคุณค่าต่อเรื่องราวต่างๆ (Gerbner, 1998; อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) รวมทั้งการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับตัวแปรอื่นๆ จากหนังสือเรื่อง “Freedom to Learn” พบว่า การรู้หนังสือ การได้รับศึกษา สภาพทางสังคม อายุ การติดต่อกับสังคมภายนอก เป็นตัวแปรต้นที่นำไปสู่กระบวนการเปิดรับสื่อมวลชน (Rogers & Freiberg, 1969) จากงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอิทธิพลของการดูภาพยนตร์ ที่รุนแรงทางโทรทัศน์กับทัศนคติในเชิงก้าวร้าวของเด็กจากครอบครัวต่างฐานะ” พบว่า พฤติกรรมก้าวร้าวในเด็กนักเรียนที่มีอายุระหว่าง 8-12 ปี ในกรุงเทพมหานครที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน ในช่วงเวลาที่เด็กนิยมดูโทรทัศน์นั้น เป็นช่วงเวลาที่มียุทธการที่แสดงความรุนแรงอยู่มาก เพราะฉะนั้นโอกาสที่เด็กจะได้เปิดรับรายการโทรทัศน์ที่รุนแรงจึงมีอยู่มากและยังพบอีกว่า ยิ่งเด็กมีการเปิดรับโทรทัศน์บ่อยครั้ง จะมีส่วนในการทำให้เด็กยอมรับการใช้ความรุนแรงแก้ปัญหา หรือแม้แต่เคยมีประสบการณ์การใช้ความรุนแรงแก้ปัญหาด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามระดับของผลกระทบนี้ยังแปรเปลี่ยนไปตามสถานะทางเศรษฐกิจสังคมของครอบครัวเด็ก (นันทวัน สุชาติ, 2520) สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “ศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่” พบว่า นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่สนใจการรับชมโทรทัศน์มาก และชมเพื่อความบันเทิงสนุกสนานมากที่สุด เมื่อรับชมแล้วนักเรียนเคยเลียนแบบจากรายการทางโทรทัศน์ถึงร้อยละ 77.6 ซึ่งส่วนใหญ่มีการเลียนแบบคำพูดจาก

ภาพยนตร์มากที่สุด นอกจากนี้ยังเลียนแบบจากโฆษณา การแสดงของตัวละคร ทำทาง การต่อสู้ การประดิษฐ์สิ่งของ การใช้อาวุธ การแต่งกาย และการช่วยเหลือผู้อื่น (มนต์ชัย นินนาทนนท์, 2526)

จากงานวิจัยข้างต้นนี้ อาจจะพอสรุปได้ว่าสื่อมีอิทธิพลและอำนาจเฉพาะกับเด็กและเยาวชนเท่านั้นแต่ในขณะเดียวกันผู้ใหญ่ก็สามารถได้รับอิทธิพลและผลกระทบได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล เนื่องจากผู้คนมีทางเลือกและมีเวลาเป็นของตนเองมากขึ้น โดยการใช้เวลาไปกับการท่องไปในโลกออนไลน์ (Cyberspace) และเรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้น ผู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์ท่องอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ตได้นำเอาวัฒนธรรมใหม่ๆ มาสู่ครอบครัวของตนเอง อีกทั้งวัฒนธรรมนี้มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ มีการรวมเอาความเป็นส่วนตัวกับความเป็นส่วนรวมที่เกี่ยวข้องกับผู้คนทั่วโลกมาไว้ในที่แห่งเดียวกัน คนที่สามารถเข้าใจคอมพิวเตอร์ได้ดีคือคนที่สามารถควบคุมมันได้ เพราะสามารถเปิดหน้าต่างความสนใจได้ด้วยตนเองโดยไร้ขอบเขตจำกัด แต่ทั้งนี้อาจถูกกำหนดให้เรียนในสิ่งที่เขาไม่สนใจแต่จำใจต้องเรียน เพราะนวัตกรรมเหล่านี้จะทำให้ผู้คนใช้เพื่อเป็นการทดแทนการถูกละเลยจากบุคคลใกล้ชิดและความรู้สึกเบื่อหน่ายที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน นั่นคือ บทบาทของคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่ควรตระหนักถึงในฐานะสื่อใหม่ (New Media) ที่กำลังมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ” (ชัยอนันต์ สมุทรวณิช, 2541)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่เกิดจากความเชื่อข้อมูลผ่านการสื่อสารออนไลน์ออนไลน์ ดังจะเห็นได้จากสภาพปัญหาจากการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการขาดความรู้เท่าทันในการใช้งาน เพราะในปัจจุบันผู้ใช้แทบทุกคนมักต้องการความรวดเร็ว ขาดการยั้งคิด ไตร่ตรองและพิจารณาอย่างรอบคอบรวมทั้งผลกระทบที่เกิดจากจริยธรรมในการสื่อสารออนไลน์ อย่างที่ทราบกันดีว่าสื่อออนไลน์มีทั้งประโยชน์และโทษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสิทธิความเป็นส่วนตัว มารยาท และจริยธรรมในการใช้งาน ซึ่งการใช้สื่อออนไลน์นั้นผู้ใช้ควรใช้อย่างพอคึกคักก่อนเขียน มีความถูกต้อง เหมาะสม และสร้างสรรค์ (บุษดี พนมภู, 2556) สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญนอกจากจรรยาบรรณแล้ว การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคการสื่อสารออนไลน์ ที่เป็นยุคแห่งผู้บริโภคมีอิสระในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในขณะเดียวกันยังเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง (อรพรรณ จันทรวงศ์ไพศาล, 2555) การยกระดับคุณธรรมจริยธรรมของสังคม เพื่อการปฏิรูปสังคม โดยพบว่าสังคมไทยมีปัญหาจริยธรรมในระดับมากที่สุด อันมีสาเหตุสำคัญมาจากการครอบครัวยุคใหม่ที่ระบบการศึกษาขาดประสิทธิภาพไม่สามารถปลูกฝังเยาวชนให้มีจิตสำนึกได้ และศาสนาไม่ได้ทำหน้าที่ปลูกฝังถ่ายทอดคุณธรรมจริยธรรมแก่นักเรียนอย่างจริงจัง

จากข้อมูลที่กล่าวข้างต้นนี้ จึงพอสรุปได้ว่าสภาพสังคมไทยในภาพรวมมีความอ่อนแอในด้านระบบป้องกันและควบคุมพฤติกรรมของคน ระบบกฎหมาย และระบบการลงโทษทางสังคม

(เพ็ญแข ประจันปัจฉินีก, 2551) ถึงแม้ว่าจะมีการออกพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรมและความมั่นใจในการใช้สื่อ ด้วยวิธีการรณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อ ส่งเสริมการเฝ้าระวัง (พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2558) แต่ก็ไม่ได้ส่งผลที่ดีหรือสร้างการรับรู้ที่ดีต่อประชาชนเท่าที่ควร รวมทั้งการกำกับดูแลสื่อในปัจจุบันก็ยังไม่เพียงพอต่อการที่จะช่วยป้องกันประชาชนให้รอดพ้นจากอิทธิพลของสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาด้านจริยธรรมสื่อที่ผ่านมา พบว่ามีปัญหาในความไม่เป็นกลาง นำเสนอเนื้อหาไม่ถูกต้อง นำเสนอเนื้อรุนแรง ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ตัดสินผู้ตกเป็นข่าว รับสินบน สาเหตุก็มาจากการไม่มีเกณฑ์ด้านจริยธรรมที่ชัดเจน ขาดความเอาใจใส่ด้านจริยธรรมอย่างจริงจัง (สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2559) และเมื่อพิจารณาจากบริบทการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดปรากฏการณ์หลอมรวมสื่อ ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างสื่อเก่ากับสื่อใหม่เข้าไว้ด้วยกัน โดยการสื่อสารในยุคเก่าประกอบด้วยสื่อกระแสหลัก อาทิ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ที่ผ่านมามีสื่อดังกล่าวได้รับความสนใจจากประชาชนผู้รับสารเป็นอย่างมาก เนื่องจากช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารยังถูกจำกัดในวงแคบ โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งถือว่าเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลมากที่สุด แม้ว่าสังคมไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างกว้างขวางผ่านสื่อและเทคโนโลยี แต่สังคมไทยยังขาดภูมิคุ้มกันจากการบริโภคสื่อ (สุวรรณิ คำมัน, 2551)

ดังนั้น จึงได้มีการนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เข้ามาใช้ในการในประเทศไทย มีการผลักดันและขับเคลื่อนกระบวนการรู้เท่าทันสื่อมาไม่น้อยกว่า 1 ทศวรรษ ทั้งนี้ยังมีความต้องการเร่งขับเคลื่อนต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประชาชนในชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นอนาคตของชาติ (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552) การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นเรื่องที่ทำนายสำหรับผู้บริโภคสื่อทุกคนต่อข้อมูลข่าวสารที่ไร้ข้อจำกัดอย่างในปัจจุบัน จากงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า เยาวชนยังไม่สามารถวิเคราะห์ และประเมินค่าความหมายตรงที่สื่อนำเสนอได้ (กฤษณ์ท แสนทวี, 2554) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์” พบว่า คนไทยให้ความสำคัญกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อน้อยที่สุด โดยเฉพาะทักษะการสร้างสรรค์สื่อ (สุโข ประเทืองสุโขเลิศ, 2549) รวมทั้งงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีမ်ปรับผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี” พบว่า ผู้รับสารสตรีมีการนำความรู้เท่าทันสื่อโฆษณาไปใช้ในชีวิตประจำวันค่อนข้างน้อย (ดวงแก้ว เขียรสวัสดิ์กิจ, 2552)

ข้อมูลจากงานวิจัยข้างต้น อาจพอสรุปได้ว่า คนไทยยังให้ความสำคัญกับการรู้เท่าทันสื่อไม่มาก จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อที่ผ่านมา พบว่า รูปแบบแนวคิดที่นิยมใช้กันอยู่ในประเทศไทยส่วนใหญ่นั้นมีทั้งการประยุกต์หลักการขึ้นใหม่แต่ยังคงเค้าโครงแบบตะวันตก รวมทั้งใช้หลักการรูปแบบเดิมที่มาจากชาติตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ อาทิ แนวคิดของ (Buckingham, 2013; Hobbs, 1998; Moran, 2004; Potter, 1998, 2004a; Pungente, 1989; Silverblatt, 1995; Thoman & Jolls, 2004, 2008) เป็นต้น จึงส่งผลให้กระบวนการขับเคลื่อนการรู้เท่าทันสื่อกว่า 1 ทศวรรษในประเทศไทยไม่ก้าวกระโดดอย่างที่ควรจะเป็น อีกทั้งกระแสการตอบรับของคนในชาติมีอยู่อย่างจำกัด เพราะประชาชนไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ตามที่งานวิจัยข้างต้นค้นพบ หรืออาจเนื่องมาจากหลักการที่นำมาใช้ไม่มีความเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย เมื่อพิจารณาด้วยวิธีการเปรียบเทียบเชิงปรัชญา พบว่า ทั้งปรัชญาตะวันตกและตะวันออกจะมีอัตลักษณ์เฉพาะตน กล่าวคือ ปรัชญาตะวันตก จะเน้นการรู้ความจริงเพื่อตอบปัญหาที่เป็นข้อสงสัยเท่านั้น หรือการรู้ความจริงเพื่อตอบสนองเพียงแก่ความสงสัย ดังที่ สุนทร ณ รังสิ (2521) ได้อธิบายไว้ว่า “ลักษณะของปรัชญาตะวันตกเป็นเรื่องของการแสวงหาความจริงหรือข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียวโดยไม่พยายามที่จะปฏิบัติตนเพื่อให้เข้าถึงความจริงที่ได้ค้นพบแล้ว” ในขณะที่ ปรัชญาตะวันออก มุ่งเน้นการรู้ความจริงเพื่อการบรรลุถึงความเป็นจริงซึ่งมีลักษณะพิเศษต่างจากปรัชญาตะวันตก รวมทั้ง สนั่น ไชยากุล (2519) ได้วิเคราะห์ปรัชญาอินเดียว่ามีจุดเน้นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรมและการพัฒนาจิตใจ กล่าวคือ ปรัชญาตะวันออก มีลักษณะเป็น “คำสอนให้ปฏิบัติ” โดยเฉพาะอย่างยิ่งปรัชญาอินเดียไม่ได้เน้นความรู้เพียงอย่างเดียว หากเพื่อส่งเสริมหรือเสริมสร้างให้รู้เพื่อนำไปปฏิบัติ เน้นหลักปฏิบัติ เพราะจุดหมายสูงสุดของปรัชญา คือ การรู้แจ้งในตนเอง (Self-Realization) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าปรัชญาตะวันออกมีลักษณะที่เป็นปรัชญาแห่งชีวิตนั่นเอง ซึ่งน่าจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการนำหลักการจากตะวันตกมาใช้ในเชิงของการปฏิบัติจริง

หลักการที่ดีที่สุดและน่าจะมีความเหมาะสมกับคนไทยก็คือ หลักธรรมในพุทธศาสนา ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประชากรที่นับถือศาสนาพุทธถึงร้อยละ 94.6 ต่อประชากรทั้งประเทศ โดยพบว่า พุทธศาสนิกชนได้ทำบุญตักบาตรร้อยละ 92.7 สวดมนต์ร้อยละ 80.6 รักษาศีลร้อยละ 49.4 และทำสมาธิร้อยละ 40.5 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่น่าสนใจว่า การนำเอาหลักธรรมในพุทธศาสนามาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ น่าจะมีความเหมาะสมกับบริบททางสังคมของประเทศไทยอย่างยิ่ง จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ได้มีการนำเอาแนวคิดทางพุทธศาสนามาใช้กับการรู้เท่าทันสื่อ อาทิ งานวิจัยเรื่อง “พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก” พบว่า การใช้พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต มีขั้นตอนการรับรู้สื่อโทรทัศน์และเฟซบุ๊กในเชิงพุทธ โดยอาศัย

สติสัมปชัญญะเป็นขั้นปฏิบัติการในการระลึกรู้ โดยไม่ปล่อยตามอำนาจกระแสน้ำหาและมีความอดทนทางจิตใจต่อผลกระทบจากสื่อ ในขั้นคิดวิเคราะห์ใคร่ครวญอย่างรอบด้านใช้วิธีพิจารณาทางปัญญาตามหลักโยนิโสมนสิการ อิทปปัจจยตา ไตรลักษณ์ และกาลามสูตร รวมถึงการปฏิบัติตามรูปแบบพุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อซึ่งเป็นแนวทางพัฒนาชีวิต 3 ด้าน คือ ด้านศีล ด้านสมาธิ และด้านปัญญา รวมทั้งข้อมูลจาก “คู่มือจัดกิจกรรมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ” ที่ได้สอดแทรกหลักธรรมในทางพุทธศาสนา เพื่อการมีสติรู้ และรู้ว่ากายเป็นเพียงรูปภายนอก รวมทั้งรู้ว่าจิตเป็นสิ่งที่กำหนดทุกสิ่ง มีการรับรู้ความเป็นตัวตนของเรา ซึ่งสามารถนำไปสู่การใช้ “ศีล สมาธิ ปัญญา” มาเป็นแรงต้านทานการทำงานของสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ (มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม), 2547) เป็นต้น

จากข้อมูลที่ได้กล่าวถึงข้างต้นนี้ อาจสรุปได้ว่า หลักธรรมในพุทธศาสนาน่าจะมีความเหมาะสมที่จะนำมาเป็นแนวทางสำหรับพัฒนาแนวทางการรู้เท่าทันสื่อ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีชุมชนชาวพุทธแห่งหนึ่งในประเทศไทย ได้คิดค้นเทคนิคพิจารณาเลือกสรรเอาประโยชน์จากสื่อ (วิปัสสนาจอแก้ว) โดยนำเอาหลักธรรมในพุทธศาสนามาใช้ปฏิบัติและฝึกฝนสมาชิกในชุมชนมานานกว่า 30 ปีซึ่งก็คือ “ชุมชนบุญนิยม” หรือ “ชุมชนชาวอโศก” เป็นชุมชนที่เน้นการปฏิบัติธรรมตามแนวทางมรรคมีองค์ 8 ของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า โดยมีผู้นำทางความคิด คือ สมณะโพธิรักษ์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้พัฒนาจิตวิญญาณของตนให้สูงขึ้นโดยการถือศีล 5 เป็นฐานขั้นต้น ละเว้นอบายมุข และทานอาหารมังสวิรัต อีกทั้งสมาชิกในชุมชนล้วนมีความขยันขันแข็ง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบที่เป็นพลังในการขับเคลื่อนและพัฒนาชุมชน คือ “บวร” (บ้าน วัด โรงเรียน) ที่หลอมรวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยมีศาสนาเป็นแกนแห่งศรัทธาหล่อหลอมความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของสมาชิกที่อาศัยอยู่ในชุมชน อันแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็น “วิถีสอ” การกล่าวถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบุญนิยม ซึ่งชุมชนที่กล่าวถึงนี้ มีรูปแบบการดำรงชีวิตที่เรียบง่ายและมีความน่าสนใจอย่างยิ่ง กล่าวคือ เป็นชุมชนที่ยึดถือศีลและปฏิบัติตามหลักคำสอนของพระพุทธเจ้าอย่างเคร่งครัด ภายใต้อุดมการณ์ 5 ประการ ได้แก่ อิศรเสริภาพ ภราดรภาพ สันติภาพ สมรรถภาพ และบูรณภาพ (สุนัย เศรษฐบุญสร้าง, 2531)

แม้ว่าหลักแนวคิดที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ยังผลให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์อยู่บ้างรวมทั้งมีข้อโต้แย้งนานาประการจากสังคมอย่างกว้างขวาง และต่อเนื่องมาโดยตลอด แต่ในที่สุดแล้วก็มีสิ่งที่จะช่วยคลี่คลายความสงสัยให้แก่ผู้ที่ดำเนินชีวิตตามวิถีสอนี้ได้เป็นอย่างดีนั่นก็คือ “วิปัสสนาจอแก้ว” รวมทั้งกิจกรรมที่เน้นให้มีการเสาะสละอย่างชัดเจนในรูปแบบต่างๆ ที่มุ่งช่วยเหลือพัฒนาสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้อำนาจการดำเนินการขององค์กรหลักที่จัดตั้งตามกฎหมายไทย 4 องค์กร

ได้แก่ มุลนิธิธรรมสันติ กองทัพนวัตกรรมมูลนิธิ สมาคมผู้ปฏิบัติธรรม และธรรมทัศน์สมาคม ยังผลให้กลุ่มชาวโศกมีกิจกรรม ความเคลื่อนไหว และการให้บริการสังคมกว่า 10 ประการ คือ สื่อสารบุญนิยม สาธารณสุขบุญนิยม กสิกรรมบุญนิยม พาณิชยกรรมบุญนิยม การศึกษาบุญนิยม ชุมชนบุญนิยม เศรษฐกิจบุญนิยม กฎหมายบุญนิยม การเมืองบุญนิยม และอุดมคติบุญนิยม โดยชุมชนบุญนิยมนี้จะมุ่งเน้นการให้บริการสังคม เพราะถือว่าเป็นการทำงานของตนเองทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติธรรมตามหลักมรรคมีองค์ 8 กล่าวคือ สมณะโพธิรักษ์มักจะย้ำเตือนให้ชาวโศกหันหน้าเข้าหากันปรึกษาประชุมอภิปราย และรับฟังความเห็นผู้อื่น เมื่อที่ประชุมได้ลงมติเป็นเอกฉันท์แล้ว ก็ให้ทุกคนละทิ้ง ปฏิบัติตามมตินั้น ซึ่งถือว่าเป็นการปฏิบัติธรรมไปในตัว นอกจากนี้ท่านยังได้ดำเนินผู้ที่ชอบปลีกตัวไม่เข้าหาหมู่กลุ่มว่าไม่แข็งแรง เพราะถ้ายังไม่ผ่านการทำงานร่วมกันแล้ว ผู้นั้นถือว่ายังไม่ผ่านบทฝึกปฏิบัติตามหลักมรรคมีองค์ 8 มีเพียงมนุษย์ด้วยกันเท่านั้นที่จะเป็นตัวขัดเกลากระตุ้นให้เกิดกิเลส และลดกิเลสได้ดีและลึกซึ้งที่สุด ยังผลให้ดำเนินไปสู่การเข้าถึงความเป็นอริยบุคคล (จึงเชียงฝ้าชื่อ, 2545)

จึงเป็นที่น่าสนใจว่าเทคนิคหรือวิธีการดังกล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น มีหลักการ ขั้นตอน และปัจจัยใดบ้างที่จะสามารถนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อที่มีความเหมาะสมกับบริบททางสังคมของประเทศไทยต่อไป

## 1.2 คำถามการวิจัย

- 1.2.1 หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศกเป็นอย่างไร
- 1.2.2 กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศกเป็นอย่างไร
- 1.2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศกมีอะไรบ้าง

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศก
- 1.3.2 เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศก
- 1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศก

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

1.4.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยการคัดเลือกแบบเจาะจงโดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก จำนวน 2 รูป กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก จำนวน 2 ท่าน กลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้แก่ นักวิชาการชาวอโศก ผู้ทรงคุณวุฒิชาวอโศก หรือตัวแทนญาติธรรมชาวอโศก จำนวน 11 ท่าน รวมทั้งสิ้น 15 รูป/ท่าน

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่ การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะพุทธสถานสันติอโศก กรุงเทพฯ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของพุทธสถานอโศกทั่วประเทศไทย

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เริ่มดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2559 - สิงหาคม 2559

## 1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1.5.1 การเสริมสร้างรูปแบบ หมายถึง การพัฒนากระบวนการทัศน์หรือองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ประกอบด้วย หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

1.5.2 การรู้เท่าทันสื่อหมายถึงกระบวนการเสริมสร้างผู้รับสารให้มีความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์บริบทของสื่อตามวิถีอโศกเพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อได้อย่างปลอดภัย

1.5.3 วิถีอโศก หมายถึงแนวทางการดำเนินชีวิตตามรูปแบบทางความคิดของคนกลุ่มหนึ่ง ที่มีการเรียนรู้ฝึกฝนธรรมะของพระพุทธเจ้าเป็นแก่นแกนให้แก่ชีวิตและสังคมเป็นสำคัญ

1.5.4 หลักการหมายถึงแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกที่นำไปสู่การพัฒนากระบวนการทัศน์หรือองค์ความรู้ให้แก่ผู้รับสารประกอบด้วย คือ มิติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ

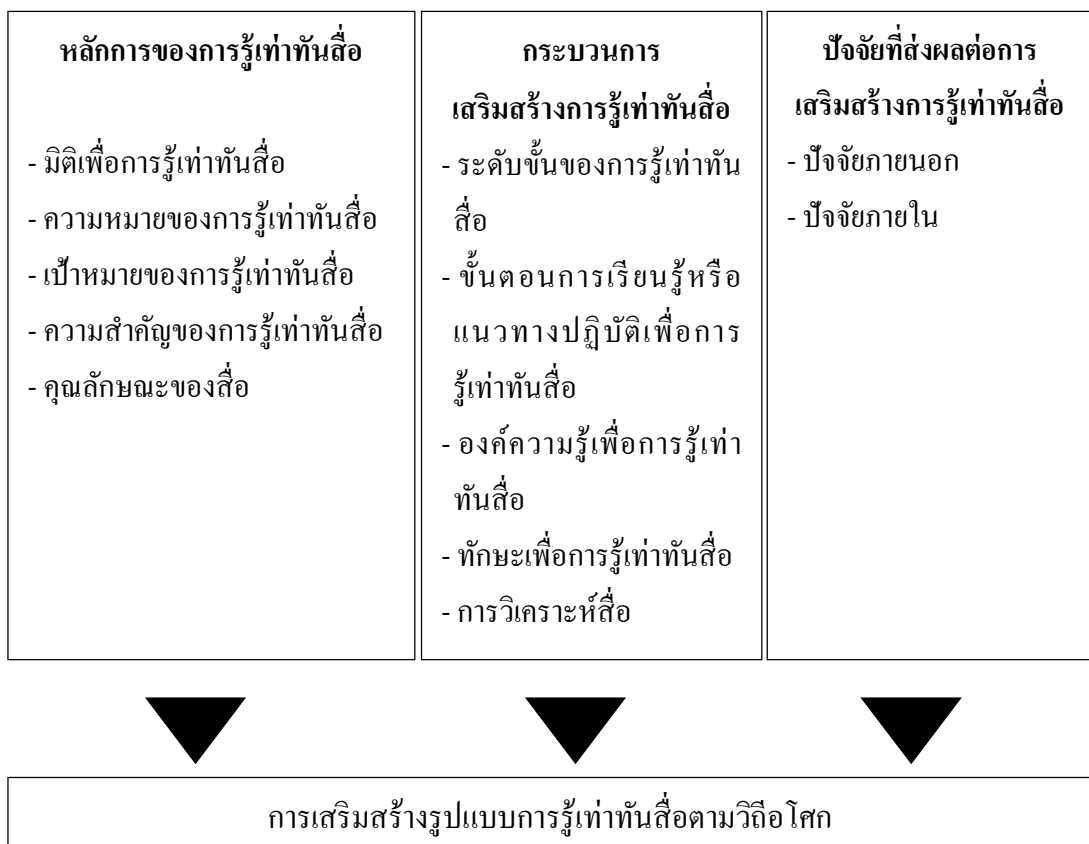
1.5.5 แนวทางเสริมสร้าง หมายถึงขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาผู้รับสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ

1.5.6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้าง หมายถึงสิ่งที่เป็นปัญหาและอุปสรรคหรือ  
 ี้อำนวยต่อการพัฒนากระบวนการทัศน์หรือองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโสภ  
 ประกอบด้วย ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ทำให้ทราบถึงการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโสภ
- 1.6.2 นำไปใช้เพื่อเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้ประชาชนมีภูมิคุ้มกันสื่อที่ดี
- 1.6.3 ทำให้เกิดความสนใจและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ พร้อมนำ  
 หลักการหรือแนวทางไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

## 1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย



## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโสภ” ซึ่งในบทนี้มีประเด็นที่ต้องทำความเข้าใจรวมทั้งหมด 3 แนวคิด ได้แก่

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อต่อสังคม
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิถีโสภ

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อต่อสังคม

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อต่อสังคม ดูเหมือนว่าจะเป็นเรื่องปกติทั่วไป เพราะสื่อถูกสร้างขึ้นเพื่อการสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดผลกระทบ (Effect) ทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบต่อสังคม ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลไปจนถึงระดับชาติ ผลกระทบของสื่อ (Effect of Media) ถือได้ว่ามีศักยภาพทั้งบวกและลบ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงบทบาทด้านใดด้านหนึ่งที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก อาทิ การเมือง เศรษฐกิจ ธุรกิจ องค์กร ชุมชน ครอบครัว ฯลฯ เป็นต้น

ในการนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อต่อสังคมได้กำหนดแนวทางนำเสนอตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พร้อมทั้งอธิบายกระบวนการและปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่นำไปสู่การเกิดผลกระทบของสื่อ ทั้งด้านบวกและด้านลบที่มีต่อสังคม รวมถึงเนื้อหาสาระที่ถูกแพร่กระจายผ่านสื่อนั้นส่งผลต่อระบบสังคมอย่างไรบ้าง

จากข้อค้นพบในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของสื่อ เมื่อพิจารณาจากลำดับเวลาพบว่ามุมมองแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อนั้น เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามประวัติศาสตร์และเงื่อนไขทางสังคม ซึ่งในบางช่วงสังคมมีความเชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลและก่อให้เกิดผลกระทบมาก ในขณะที่บางช่วงกลับเชื่อว่าสื่อไม่ได้มีอิทธิพลต่อสังคมไม่มากนัก สาเหตุที่ทำให้เป็นเช่นนั้นอาจ

เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติและความเชื่อในเรื่องผลกระทบของสื่อซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ (Perceived Effect) ของสังคม และจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงจากการทำงานของสื่อ (Actual Effect) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในระยะหลัง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับผลกระทบของสื่อไม่ได้มีลักษณะที่เป็นเส้นตรง เพราะมีปัจจัยอื่นๆ แทรกอยู่ระหว่างสองตัวแปรนี้เสมอ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547)

### 2.1.1 พัฒนาการของแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ

จากการศึกษาพัฒนาการทางหลักวิชาว่าด้วยการสื่อสาร แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ กับบริบททางสังคมในแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งข้อโต้แย้งความน่าเชื่อถือของแต่ละทฤษฎีสามารถจำแนกเป็นยุคได้ 5 ยุคได้แก่ (ถิรนนท์ อนุวัชรวิวงศ์, 2557; สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2557; อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547)

2.1.1.1 ยุคสื่อมีพละนาภาพมาก (ค.ศ. 1920-1930) เป็นยุคที่เชื่อว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากและส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลผ่านทางสื่อภาพยนตร์และวิทยุกระจายเสียง เพื่อใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 อย่างได้ผล

ทฤษฎีที่เกิดขึ้นในยุคนี้ คือ ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle / Bullet Theory) เป็นทฤษฎีผลกระทบของสื่อที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากความเชื่อที่ว่า สื่อมีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับสาร โดยมีเป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารต้องการโดยใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือทางการเมือง รวมถึงการใช้สื่อเชิงสร้างสรรค์ อาทิ เพื่อการศึกษา และเพื่อต่อสู้กับอคติต่างๆ ในสังคม เป็นต้น

2.1.1.2 ยุคอำนาจของสื่อถูกท้าทาย ค.ศ. 1940-1950 เป็นยุคที่เชื่อว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลในเชิงสนับสนุนทัศนคติและค่านิยมความเชื่อที่มีอยู่แต่ดั้งเดิม มากกว่าจะทำหน้าที่ในการเข้าไปทำการเปลี่ยนแปลง จากการศึกษางานวิจัยอิทธิพลและผลกระทบของสื่อในช่วงต้นทศวรรษ 1940-1950 พบว่า มีงานวิจัยหลายชิ้นระบุว่าสื่อภาพยนตร์และสื่ออื่นๆ ไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กและเยาวชนซึ่งนำทฤษฎีจิตวิทยาในการรับรู้มาใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบมีความหลากหลายมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ปัจจัยแทรกแซงระหว่างสื่อกับผลกระทบที่เกิดในปัจเจกบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยกันเอง (Personal Contact / Interpersonal Communication) บริบทแวดล้อมทางสังคม (Social Context) และแรงจูงใจ (Motive) ในการเปิดรับสื่อ (Exposure) ฯลฯ ได้

มีการสรุปข้อค้นพบว่าตัวสื่อเองไม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบุคคลแต่อย่างใด เพราะสื่อมีหน้าที่เป็นตัวกลาง (Medium) ในการหลอมรวมปัจจัยหรือตัวแปรแทรกซ้อนต่างๆ เข้าด้วยกัน

ทฤษฎีที่เกิดขึ้นในยุคนี้ได้คัดค้านต่อทฤษฎีเข้มนิธิยา ได้แก่ทฤษฎีผู้นำความคิดและการสื่อสารสองขั้นตอน (Opinion Leader and The Two-Step Flow Theory) เป็นทฤษฎีที่ใช้เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่แทรกซ้อนของผลกระทบจากสื่อมวลชน กล่าวคือ แนวคิดต่างๆ จะเคลื่อนจากสื่อมวลชนไปยังผู้นำทางความคิด และจากผู้นำทางความคิดไปสู่กลุ่มประชากรที่มีความกระตือรือร้นที่น้อยกว่า ทฤษฎีนี้มุ่งความสำคัญไปยังสื่อบุคคล (ผู้นำทางความคิด)

นอกจากนี้ยังมีอีกหนึ่งทฤษฎี คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้และเลือกจดจำ (Selective Exposure, Perception, Retention) เป็นทฤษฎีที่ทำให้เข้าใจในทางจิตวิทยาเกี่ยวกับการเลือกรับและเลือกจดจำของบุคคล เพราะบุคคลมักสนใจเฉพาะเรื่องที่ตรงกับทัศนคติของตนเองมากกว่าการแสดงหาทัศนคติใหม่ที่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิม

ในช่วงระยะเวลาเดียวกันนี้ ได้มีการคิดค้นหลักการวิเคราะห์เนื้อหาสาร (Content Analysis) ด้วยความเชื่อว่าเนื้อหาใดมีการปรากฏอยู่เป็นจำนวนมาก หรือสังเกตเห็นได้อย่างเด่นชัด มักจะมีผลกระทบต่อผู้รับสารได้เช่นเดียวกัน

2.1.1.3 ยุคสื่อฟื้นกลับมาอิทธิพล ค.ศ. 1950-1960 เป็นยุคที่เชื่อว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลในตัวเอง ไม่อยู่ภายใต้แรงกดดันหรือแรงเสริมของปัจจัยต่างๆ ทางสังคม ซึ่งอยู่ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สื่อโทรทัศน์เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อสังคม จากงานวิจัยหลายชิ้นได้ยืนยันว่าสื่อมวลชนมีผลกระทบต่อสังคมและเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนทางการเมือง ยกตัวอย่างเช่นความสามารถของสื่อที่สร้างผลกระทบในช่วงการหาเสียงเลือกตั้งที่เห็นได้อย่างชัดเจน เป็นต้น

ในขณะเดียวกันผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าสื่อเป็นผู้กำหนดบริบท และประเด็นของการสื่อสารในสังคม ซึ่งมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม รวมถึงการศึกษาผลกระทบของสื่อที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ความเข้าใจ เพิ่มเติมจากการศึกษาเฉพาะทัศนคติ และความรู้สึกหรือต่อมาพัฒนาเป็นการศึกษาเพื่อวัดผล 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ (Knowledge, Attitude and Practice: KAP) ซึ่งมีส่วนผลักดันให้มีการขยายการศึกษาไปสู่ประเด็นผลกระทบที่จะเกิดกับกลุ่มสังคมในด้านอุดมการณ์และแบบแผนทางวัฒนธรรม จากเดิมที่เน้นเพียงการศึกษาเฉพาะประเด็นที่เป็นผลกระทบต่อปัจเจกบุคคลและผลกระทบในระยะสั้นๆ

ทฤษฎีที่เกิดขึ้นในยุคนี้ได้คัดค้านต่อทฤษฎีการเลือกเปิดรับ, เลือกรับรู้และเลือกจดจำ ได้แก่ ทฤษฎีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Socialization /Social Learning Theory) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยาและจิตวิทยาสังคม ซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อศึกษาอิทธิพลต่อบุคคลและก่อให้เกิดผลกระทบทางการเมือง สังคม และวัฒนธรรม

รวมถึงทฤษฎีกำหนดวาระสังคมและการเมือง (Agenda Setting Theory) เป็นทฤษฎีที่ใช้เพื่ออธิบายบริบทแวดล้อมและปรากฏการณ์ทางการสื่อสาร โดยเน้นศึกษาอิทธิพลของสื่อในการกำหนดวาระทางสังคมและการเมืองต่อการเปลี่ยนแปลงทางความคิดในกลุ่มของปัจเจกชน โดยชี้ให้เห็นถึงลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของอำนาจสื่อมวลชนซึ่งเชื่อว่าสื่อมวลชนสามารถสื่อสารเรื่องราวต่างๆ ที่ก่อให้เกิดการติดตามของผู้รับสาร เมื่อสื่อให้ความสำคัญกับการนำเสนอเรื่องใดเรื่องหนึ่งซ้ำๆ จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารในทางพฤติกรรมและความคิด

ในส่วนของทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจสื่อ Uses and Gratifications Theory ค้นพบว่า แนวคิดทฤษฎีต่างๆ มักนิยมนรวมเอาเหตุจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการสนองความต้องการที่จำเป็นรวมถึงทางเลือกในเชิงหน้าที่ของสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น โดยที่ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดการเลือกเปิดรับสื่อด้วยตนเอง แทนที่จะเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมในรูปแบบอื่น

2.1.1.4 ยุคสื่อมีอิทธิพลและผลกระทบในวงกว้าง ค.ศ. 1970-1980 เป็นยุคที่สื่อมวลชนมีผลกระทบอย่างกว้างๆ มากกว่ามีผลกระทบโดยตรง มีการแสวงหาทิศทางการศึกษาวิจัยใหม่ๆ ปลุกฝังทัศนคติความเชื่อเกี่ยวกับสังคม ซึ่งสื่อมวลชนต่างมีบทบาทในการกำหนดวาระทางสังคมมากขึ้น การเติบโตของของโทรทัศน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และเข้าสู่ยุควัฒนธรรมโทรทัศน์

จากการศึกษาวิจัยระยะยาวเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชน (Gerbner, 1998) ชี้ให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์ส่งผลในระยะยาว กล่าวคือ โทรทัศน์ปลุกฝังให้เด็กและเยาวชนเกิดทัศนคติในการใช้ความรุนแรงเป็นวิธีแก้ปัญหา และทำให้เกิดความรู้สึกต่อโลกรอบๆ ตัวนั้น เต็มไปด้วยความรุนแรง นำไปสู่ทัศนคติที่หวาดกลัวและแปลกแยกจากสังคมของตนเอง

ทฤษฎีที่เกิดขึ้นในยุคนี้สนับสนุนต่อทฤษฎีกำหนดวาระทางสังคม/การเมืองของสื่อ ได้แก่ ทฤษฎีการปลุกฝังทางสังคมและวัฒนธรรม (Cultivation Theory)

2.1.1.5 ยุคพลังผู้รับสื่อในบริบทใหม่ของอำนาจสื่อมวลชน ค.ศ. 1980-1990 เป็นยุคที่ปัจจัยในด้านความแตกต่างระหว่างภูมิหลังและความต้องการของบุคคลมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจเรื่องผลกระทบสื่อ เพราะสื่อมีบทบาทที่แพร่ขยายอำนาจและอิทธิพลไปทั่วโลก ซึ่งแตกต่างกันทางวัฒนธรรม อีกทั้งมีการตอบสนองต่อสื่อในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

ทฤษฎีที่เกิดขึ้นในยุคนี้ ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมผู้รับสาร (Cultural Studies) และทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร (Reception Theory) โดยมุ่งเน้นศึกษาด้านวัฒนธรรมของกลุ่มทางสังคมของผู้รับสาร เกี่ยวกับความสามารถในการใช้สื่อ และมีการสร้างความหมายตามลักษณะภูมิหลังและรูปแบบบริบททางสังคมของกลุ่ม ซึ่งทำให้เข้าใจถึงผู้รับสารเกี่ยวกับศักยภาพหรือวิธีการด้านอิทธิพลและการครอบงำจากสื่อ

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคม ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม บุคคล และเทคโนโลยี จากแนวความคิดของแต่ละทฤษฎีนั้น มีการมองเรื่องผลกระทบของสื่อในมุมมองที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็เพียงพอต่อการสรุปได้ว่า สื่อมีผลกระทบต่องานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งการเปลี่ยนแปลงตามความประสงค์ การเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงประสงค์ การเปลี่ยนแปลงในแง่รูปแบบ การเอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การหนุนเสริมสิ่งที่มีอยู่แล้ว และการป้องกันการเปลี่ยนแปลง

### 2.1.2 ผลกระทบของสื่อในบริบทสังคมไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของสื่อในบริบทสังคมไทย พบว่า สื่อในประเทศไทยมีพัฒนาการที่ใกล้เคียงกับแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบสื่อที่มุ่งการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นอิทธิพลและผลกระทบของสื่อที่มีต่อสังคม โดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในระดับบุคคลหรือปัจเจกชนได้แก่

2.1.2.1 ช่วงปี พ.ศ. 2510-2519 มีงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียนประถมศึกษาตอนปลาย” ซึ่งมาจากครอบครัวที่แตกต่างกัน พบว่า โทรทัศน์มีผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ โดยที่ในมุมด้านลบนั้นเด็กจะมีพฤติกรรมลอกเลียนแบบการกระทำของตัวละครทางสื่อโทรทัศน์อย่างไม่แยกแยะ ส่วนในมุมด้านบวกโทรทัศน์ช่วยให้เด็กรู้จักการเข้าสังคม และให้ความรู้ที่ทันโลก (รัญจวน มินประดิษฐ์, 2513) ในขณะที่ บำรุง สีหอำไพ (2518) ได้อธิบายถึงผลการสำรวจอิทธิพลของโทรทัศน์ต่อเด็กอายุ 7-10 ปี ในหนังสือพฤติกรรมและทัศนคติของผู้รับสารต่อสื่อสารมวลชน พบว่า อิทธิพลของสื่อจะแปรไปตามอายุ เพศ ระดับชั้นทางสังคมของเด็ก

2.1.2.2 ช่วงปี พ.ศ. 2520-2529 มีงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอิทธิพลของการดูภาพยนตร์ ที่รุนแรงทางโทรทัศน์กับทัศนคติในเชิงก้าวร้าวของเด็กจากครอบครัวต่างฐานะ” พบว่า พฤติกรรมก้าวร้าวในเด็กนักเรียนที่มีอายุระหว่าง 8-12 ปี ในกรุงเทพมหานครที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน ในช่วงเวลาที่เด็กนิยมดูโทรทัศน์นั้น เป็นช่วงเวลาที่มียุทธการที่แสดงความรุนแรงอยู่มาก เพราะฉะนั้นโอกาสที่เด็กจะได้เปิดรับรายการโทรทัศน์ที่รุนแรงจึงมีอยู่มากและยังพบอีกว่า ยิ่งเด็กมีการเปิดรับโทรทัศน์บ่อยครั้ง จะมีส่วนในการทำให้เด็กยอมรับการใช้ความรุนแรงแก้ปัญหา หรือแม้แต่เคยมีประสบการณ์การใช้ความรุนแรงแก้ปัญหาด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามระดับของผลกระทบนี้ยังแปรเปลี่ยนไปตามสถานะทางเศรษฐกิจสังคมของครอบครัวเด็ก (นันทวัน สุชาโต, 2520) สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “ศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชนในเขตอำเภอเมือง

เชียงใหม่” พบว่า นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ สนใจการรับชมโทรทัศน์มาก และชมเพื่อความบันเทิงสนุกสนานมากที่สุด เมื่อรับชมแล้วนักเรียนเคยเลียนแบบจากรายการทางโทรทัศน์ถึงร้อยละ 77.6 ซึ่งส่วนใหญ่มีการเลียนแบบคำพูดจากภาพยนตร์มากที่สุด นอกจากนี้ยังเลียนแบบจากโฆษณา การแสดงของตัวละคร ท่าทาง การต่อสู้ การประดิษฐ์สิ่งของ การใช้อาวุธ การแต่งกาย และการช่วยเหลือผู้อื่น (มนต์ชัย นินนาทนนท์, 2526)

รวมทั้งงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอิทธิพลของสื่อต่อเด็กในกรุงเทพมหานคร” พบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เด็กให้ความสนใจมากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และวิทยุ เนื่องจากจำนวนข่าวสารและสาระบันเทิงที่สามารถเข้าถึงเด็กมีโอกาสดต่อการสร้างอิทธิพลกับเด็กแต่ละวัยโดยไม่เจาะจงว่ามาจากสื่อชนิดใด บ่อยครั้งเพียงใด เมื่อเนื้อหาเหล่านั้นมากระทบกับความรู้สึกนึกคิดของเด็กส่งผลให้เกิดการกล่อมเกลาทัศนคติเด็กได้เท่ากันทั้งหมด (สุกัญญา ติระวนิช และนันท์ริกา คุ่มไฟโรจน์, 2528) นอกจากนี้งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครที่มีต่อเยาวชน” พบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ตามพฤติกรรมของตัวละครที่กระตุ้นให้ทำความดี (ธีรณง เกิดสุคนธ์, 2525)

2.1.2.3 ช่วงปี พ.ศ. 2530-2539 มีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางบวกของสื่อจากการศึกษาเรื่องผลกระทบของรายการโทรทัศน์ “รายการเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมของเรา” ที่มีต่อความรู้ การนำไปปฏิบัติตาม และการถ่ายทอดสู่บุคคลในครอบครัวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร (พนิดา บุญชัยศรี, 2538)

2.1.2.4 ช่วงปี พ.ศ. 2540-2549 ในช่วงนี้สื่อได้ก้าวเข้าสู่กระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมอย่างเต็มรูปแบบ พบว่า ความสนใจในการศึกษาเรื่องผลกระทบมีอยู่เป็นช่วงๆ ตามกระแสที่โดดเด่นของรายการทางสื่อ ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตามแนวคิดทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา” พบว่า โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมด้วยการนำเสนอแนวคิดและค่านิยมเชิงการบริโภค (บริโภคนิยม) และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแก่เยาวชนในสถานศึกษา เช่น ค่านิยมเกี่ยวกับการมีผิวขาวใสของผู้หญิง ค่านิยมเกี่ยวกับความมั่นใจในตนเอง ค่านิยมในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อสร้างมิตรภาพและเข้าสังคม เป็นต้น (นภวรรณ ดันติเวชกุล, 2542)

ในขณะเดียวกันงานวิจัยเรื่อง “การรับรู้ของเด็กที่มีต่อพฤติกรรมของตัวการ์ตูนชินจังในการ์ตูนทางโทรทัศน์ชุดชินจังจอมแก่น” พบว่า พฤติกรรมของตัวการ์ตูนชินจังจอมแก่นมีทั้งหมด 18 ลักษณะ ซึ่งแต่ละพฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นพฤติกรรมในด้านที่ไม่เหมาะสม และยังส่งผล

ต่อการรับรู้จดจำ รวมถึงแสดงพฤติกรรมดังกล่าวของเด็กตามแบบตัวการ์ตูนจีนอีกด้วย ทั้งนี้ยังพบอีกว่าเด็กสามารถตีความแยกแยะพฤติกรรมในด้านที่ดีและไม่ดีได้ของตัวการ์ตูนจีนจึงได้อีกด้วย (เบญจมาศ เบญจพรกุลพงศ์, 2544)

นอกจากนี้ งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์เรื่อง “เขื่อน้อยเจ้าบุญญา” ที่มีต่อผู้ชม” พบว่า ผู้ชมมีการเรียนรู้ค่านิยมเพื่อสังคมที่ปรากฏในภาพยนตร์การ์ตูนในระดับสูง และมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับตัวละครอีกตัวซึ่งในระดับปานกลาง ทั้งนี้ตัวละครอีกตัวซึ่งยังมีระดับความเป็นแม่แบบในการดำเนินชีวิตแก่ผู้ชมอีกเช่นกัน (สุรพรรณ ตั้งทวีวัฒนา, 2544)

2.1.2.5 ช่วงปี พ.ศ. 2550-2559 ในช่วงนี้ คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนได้เข้ามาเป็นสื่อรูปแบบใหม่อีกสื่อหนึ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อสังคมไทย ซึ่ง ชัยอนันต์ สมุทรวณิช ได้กล่าวไว้ว่า “ในโลกดิจิทัล ผู้คนจะมีทางเลือกและมีเวลาเป็นตนเองมากขึ้น โดยการใช้เวลาไปกับการท่องไปในโลกออนไลน์ (Cyberspace) และเรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้น ผู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์ท่องอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ตได้นำเอาวัฒนธรรมใหม่ๆ มาสู่ครอบครัวของตนเอง อีกทั้งวัฒนธรรมนี้มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ มีการรวมเอาความเป็นส่วนตัวกับความเป็นส่วนรวมที่เกี่ยวข้องกับผู้คนทั่วโลกมาไว้ในที่แห่งเดียวกัน คนที่สามารถเข้าใจคอมพิวเตอร์ได้ดีคือคนที่สามารถควบคุมมันได้ เพราะสามารถเปิดหน้าต่างความสนใจได้ด้วยตนเองโดยไร้ขอบเขตจำกัด แต่ทั้งนี้อาจถูกกำหนดให้เรียนในสิ่งที่เขาไม่สนใจแต่จำใจต้องเรียน เพราะนวัตกรรมเหล่านี้จะทำให้ผู้คนใช้เพื่อเป็นการทดแทนการถูกละเลยจากบุคคลใกล้ชิดและความรู้สึกเบื่อหน่ายที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน นั่นคือ บทบาทของคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่ควรตระหนักถึงในฐานะสื่อใหม่ (New Media) ที่กำลังมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ” (ชัยอนันต์ สมุทรวณิช, 2541) ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากค่านิยม ทักษะคิด และพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อออนไลน์ได้แก่

1) ผลกระทบที่เกิดจากความเชื่อข้อมูลผ่านการสื่อสารออนไลน์ ดังจะเห็นได้จากสภาพปัญหาจากการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการขาดความรู้เท่าทันในการใช้งาน เพราะในปัจจุบันผู้ใช้แทบทุกคนมักต้องการความรวดเร็ว ขาดการยั้งคิด ไตร่ตรอง และพิจารณาอย่างรอบคอบ การสื่อสารเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก มีทั้งประโยชน์และโทษในเวลาเดียวกัน เพราะหากไม่ระมัดระวังก็อาจถูกก้าวก่ายสิทธิเสรีภาพความเป็นส่วนตัวได้จากงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ของ Duggan and Brenner (2013) ได้นำเสนอผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกา ช่วงปี ค.ศ. 2008-2012 เกี่ยวกับประเด็นการใช้พื้นที่การสื่อสารออนไลน์ในการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง เพื่อหา

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้พื้นที่สื่อออนไลน์ทางการเมือง (Virtual World) กับการออกไปเพื่อแสดงออกทางการเมืองในโลกออฟไลน์ (Real World) ถึงความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกันหรือไม่

2) ผลกระทบที่เกิดจากจริยธรรมในการสื่อสารออนไลน์อย่างที่เราทราบกันดีว่าสื่อออนไลน์มีทั้งประโยชน์และโทษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสิทธิความเป็นส่วนตัว มารยาท และจริยธรรมในการใช้งาน ซึ่งการใช้สื่อออนไลน์นั้นผู้ใช้ควรใช้อย่างพอคติก่อนเขียน มีความถูกต้อง เหมาะสม และสร้างสรรค์ (บุษดี พนมภู, 2556) สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญนอกจากจรรยาบรรณแล้ว การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคการสื่อสารออนไลน์ ที่เป็นยุคแห่งผู้บริโภคมิอิสระในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในขณะเดียวกันยังเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง (อรพรรณ จันทรวงศ์ไพศาล, 2555) การยกระดับคุณธรรมจริยธรรมของสังคม เพื่อการปฏิรูปสังคม โดยพบว่าสังคมไทยมีปัญหาจริยธรรมในระดับมากที่สุด อันมีสาเหตุสำคัญมาจาก ครอบครัวยุคใหม่ ที่ระบบการศึกษาขาดประสิทธิภาพไม่สามารถปลูกฝังเยาวชนให้มีจิตสำนึกได้ และศาสนาไม่ได้ทำหน้าที่ปลูกฝังถ่ายทอดคุณธรรมจริยธรรมแก่บุคคลอย่างจริงจัง

นอกจากนี้สังคมไทยในภาพรวมมีความอ่อนแอในด้านระบบป้องกันและควบคุมพฤติกรรมของคน ระบบกฎหมาย และระบบการลงโทษทางสังคม (เพ็ญแข ประจักษ์ปัจฉิม, 2551) สาเหตุของการเกิดปัญหาเกี่ยวกับจริยธรรมการสื่อสารออนไลน์ ความน่าเชื่อถือเป็นประเด็นด้านสื่อสารมวลชนมาอย่างยาวนานในอินเทอร์เน็ต ของข้อมูล (Accuracy) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความมีเหตุผล (Adequacy) ของข่าวสาร

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าสังคมมองเห็นทั้งผลกระทบทางบวกและผลกระทบทางลบของสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อเด็กและเยาวชน หรือแม้กระทั่งผู้ใหญ่เองบ้างครั้งก็อาจถูกสื่อครอบงำได้อย่างง่ายดาย

### 2.1.3 ประเภทผลกระทบที่เกิดจากสื่อ

ผลกระทบที่เกิดจากสื่อในบริบทสังคมไทย ได้แก่ผลกระทบในระดับบุคคลเป็นผลกระทบที่ส่งผลต่อการรับรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม ยกตัวอย่างเช่นผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรงต่อจิตใจของผู้รับสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับทักษะคิด ความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรับรู้ในระดับบุคคล เพราะทักษะคิดเป็นเรื่องของจิตใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับข่าวสารที่ได้รับมาซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) และผลกระทบในระดับสังคม เป็นผลกระทบที่ส่งผลต่อโลกเสมือนจริงจนนำไปสู่โลกแห่งความเป็นจริง ยกตัวอย่างเช่น กรณีการชุมนุมประท้วง

ซึ่งเป็นผลจากความเชื่อที่เกิดจากการรับรู้ข่าวสารและความเชื่อในข้อมูลที่ขาดการคัดกรอง จนกระทั่งส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจ (Huston, Zillmann, & Bryant, 1994)

แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากสื่อในบริบทสังคมไทยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากงานวิจัยต่างๆ รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จึงสรุปได้เป็น 2 ประเภท คือ ผลกระทบภายใน ได้แก่ การรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม (ปัจเจกบุคคล) และผลกระทบภายนอก ได้แก่ สังคม เป็นต้น

#### 2.1.4 ผลกระทบด้านลบของสื่อ

เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบด้านลบของสื่อ พบว่า มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความก้าวร้าวรุนแรงพบมากในสื่อประเภทโทรทัศน์ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเลียนแบบของผู้ชม จากบทความวิชาการเรื่อง “Televised Aggression and the Interpersonal Aggression of Preschool Children” พบว่า เด็กที่ได้รับชมภาพยนตร์การ์ตูนที่มีพฤติกรรมความก้าวร้าวรุนแรง จะมีแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวเมื่อเล่นกับเพื่อน มากกว่าเด็กที่ได้รับชมภาพยนตร์ที่ไม่มีความก้าวร้าวรุนแรง (Steuer, Applefield, & Smith, 1971) ทางด้านบทความวิชาการเรื่อง “Television and Aggression” พบว่า รายการโทรทัศน์ประเภทความก้าวร้าวรุนแรงไม่ได้เป็นสาเหตุให้เด็กมีพฤติกรรมความก้าวร้าวรุนแรงเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด ในขณะที่เด็กซึ่งมีพฤติกรรมความก้าวร้าวรุนแรงมาก มีความคิดเชิงก้าวร้าวในระดับต่ำ ส่งผลให้พฤติกรรมความก้าวร้าวรุนแรงลดลง (Feshbach & Singer, 1971)

ในขณะที่บทความวิชาการเรื่อง “Desensitization of Children to Television Violence” พบว่า ผู้ที่รับชมโทรทัศน์จนเป็นเรื่องปกติจะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อภาพยนตร์ประเภทความก้าวร้าวต่ำกว่าผู้ที่ไม่ค่อยได้รับชมโทรทัศน์ (Cline, Croft, & Courier, 1973) ทั้งนี้บทความวิชาการเรื่อง “Desensitization to Portrayals of Real-Life Aggression as a Function of Television Violence” พบว่า เด็กที่รับชมภาพยนตร์ประเภทความก้าวร้าวจะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อภาพการต่อสู้ต่ำกว่าเด็กที่รับชมภาพยนตร์ประเภทตลกตลกเร้าใจ (Thomas, Horton, Lippincott, & Drabman, 1977) นอกจากนี้บทความวิชาการเรื่อง “The Demonstration of Power: Violence Profile No. 10” พบว่า ผู้ที่เคยมีประสบการณ์กับความก้าวร้าวรุนแรงในชีวิตประจำวัน จะมีระดับความถี่ในการรับชมโทรทัศน์ที่สัมพันธ์กับความกลัวต่อคดีอาชญากรรม โดยเฉพาะวัยรุ่นที่มีชื่นชอบการรับชมโทรทัศน์มากจะระบุว่ารู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อเดินคนในที่เปลี่ยว และมักคาดเดาว่าจะมีผู้ก่อคดีอาชญากรรมมากกว่าคนอื่น แสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์มีแนวโน้มที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกกลัวต่อความก้าวร้าวรุนแรงได้เช่นกัน (Gerbner, Gross, Signorielli, Morgan, & Jackson-Beeck, 1979)

นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความขัดแย้งทางวัฒนธรรม ค่านิยม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ลักษณะ (ศิวพร ศรีศักดิ์นันท์, 2557) ได้แก่

2.1.4.1 เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม ปัญหาอาชญากรรมชนิดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศเริ่มสร้างปัญหาให้แก่สังคม

2.1.4.2 ธุรกิจที่ทำภายใต้เทคโนโลยีสารสนเทศและอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตติดต่อสื่อสารและจริยธรรมมีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งเข้าข่ายผิดศีลธรรมอย่างชัดเจน และเข้าข่ายหลอกลวงให้ผู้อื่นได้รับความเสียหาย ธุรกิจเหล่านี้มาในรูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1.4.3 การจัดเก็บข้อมูลในระบบออนไลน์ช่วยให้การดำเนินการเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลมักจัดทำเพื่อประโยชน์ในกิจกรรมของนิติบุคคลหรือการให้บริการของหน่วยงานต่างๆ ซึ่งผู้ใช้บริการเข้าใจว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่ให้นั้นจะไม่ถูกนำไปเผยแพร่หรือนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ

2.1.4.4 เครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่ได้มีแต่ประโยชน์เพียงด้านเดียว จากความไร้ขอบเขตของการสื่อสารออนไลน์ทำให้เกิดผลในทางลบหลายประการ เห็นได้ชัดว่าปัญหาสื่อลามก อนาจาร การล่อลวง เกมออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อเด็กกลุ่มเด็กและวัยรุ่น ซึ่งขาดความรู้ ความเข้าใจ และความระมัดระวังตัวในการใช้สื่อออนไลน์หรือการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปผลกระทบด้านลบของสื่อได้ว่าสื่อส่งผลให้เกิดการเลียนแบบความก้าวร้าวรุนแรง ทั้งนี้ความก้าวร้าวรุนแรงส่งผลต่อการรับรู้ว่าเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวันความก้าวร้าวรุนแรงยังส่งผลให้เกิดความเกรงกลัวต่อคดีอาชญากรรม และสื่อเป็นตัวกระตุ้นเร้าอารมณ์ภายในของผู้ชม

## 2.1.5 ผลกระทบด้านบวกของสื่อ

“สื่อ” เป็นสิ่งที่มีลักษณะอันพิเศษ กล่าวคือ เป็นทั้งผู้เล่าเรื่องและผู้ถ่ายทอดภาพของสังคม วัฒนธรรมมากกว่าสถานบันอื่นๆ ในบริบทสังคม โดยเฉพาะการสร้างคำอธิบายด้วยภาพและเสียง ทำให้ผู้ชมไม่อาจละสายตาหรือหลีกเลี่ยงที่จะไม่เปิดรับออกไปจากชีวิตประจำวันได้

เมื่อพิจารณาหลักการส่งเสริมพฤติกรรมทางสังคมอย่างสร้างสรรค์ของ Rushton (1979) ที่กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมทางสังคมอย่างสร้างสรรค์ (Social Behavior) เป็นพฤติกรรมซึ่งเป็นที่น่าปรารถนาต่อสังคม อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นในสังคมโดยรวม อาทิ ความช่วยเหลือเกื้อกูล ความเป็นมิตร ความอดทนอดกลั้นสามารถควบคุมตัวเอง การไม่ประพฤติดุร้าย เป็นต้น

จากบทความวิชาการเรื่อง “Television Content and Young Children's Behavior” พบว่าหลังจากที่เด็กได้รับชมโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาซึ่งส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมในสังคม ปรากฏ

ว่าเด็กกลุ่มนั้นสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เหมาะสมที่ควรกระทำได้ดีกว่ากลุ่มเด็กที่ไม่ได้รับชม ในขณะที่เดียวกันยังพบอีกว่าการส่งเสริมให้เด็กดูรายการที่มีการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสม และเสริมด้วยการเล่นจำลองบทบาท (Role Playing) ส่งผลให้ต่อการเรียนรู้ของเด็กเพิ่มมากขึ้น (Stein & Friedrich, 1972) จากหนังสือเรื่อง “Handbook of Children and the Media” พบว่าการใช้สื่อโทรทัศน์ส่งเสริมพฤติกรรมทางสังคมอย่างสร้างสรรค์กับกลุ่มของเด็กที่ไม่ได้รับชมโทรทัศน์ โดยใช้ระยะเวลา 1 ปี เด็กกลุ่มดังกล่าว ซึ่งได้รับชมโทรทัศน์ส่งเสริมพฤติกรรมทางสังคมอย่างสร้างสรรค์ มีการแสดงออกและการรับพฤติกรรมที่เหมาะสมได้ดีกว่ากลุ่มเด็กที่ไม่ได้รับชม (Singer & Singer, 2001)

ในขณะที่งานวิจัยเกี่ยวของนักวิชาการไทยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบด้านบวกของสื่อ ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชน : ศึกษาเฉพาะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนรัฐบาล สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในกรุงเทพมหานคร” และงานวิจัยเรื่อง “การจัดเกล้าสังคมผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ประเภทรายการปกิณกะบันเทิง” พบว่า รายการปกิณกะบันเทิงสำหรับเด็กทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงสถาบันต่างๆ ในสังคมกับเด็ก ด้านพฤติกรรม ด้านจิตใจ และด้านสติปัญญา เพื่อให้ง่ายต่อการรับรู้ (ธีรนาถ เกิดสุคนธ์, 2525; ศศิธร อภิสิทธิ์นรินทร์, 2541)

นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ลักษณะ (สิวพร ศรีศักดิ์นันท์, 2557) ได้แก่

2.1.5.1 การสื่อสารและโทรคมนาคมส่งผลต่อระบบสังคมในทิศทางของการเพิ่มทางเลือกในการรับรู้ข่าวสารแก่ประชาชนในระดับปัจเจกบุคคล ซึ่งพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดการเรียนรู้ ทักษะคิด ตลอดจนจิตสำนึกทางการสื่อสารร่วมกัน โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องพรมแดน รัฐบาลและอำนาจอธิปไตย

2.1.5.2 การขยายตัวของสื่อสารและโทรคมนาคมได้ส่งอิทธิพลต่อการสร้างสังคมไทยทั้งในทางตรงและทางอ้อม สืบเนื่องจากการไหลของทุนนิยมสมัยใหม่ การค้าระหว่างประเทศ หรือธุรกิจการค้าของไทย มีการไหลเวียนของทุนและข้อมูลข่าวสาร แทรกซึมไปสู่ทุกภาคของประเทศไทย

2.1.5.3 การสื่อสารและโทรคมนาคมเอื้อต่อการติดต่อสื่อสารจึงส่งผลให้การรับรู้ข่าวสารมีความรวดเร็ว และมีลักษณะคล้ายคลึงกันทั่วโลก หรือเกิดเป็นลักษณะ “หมู่บ้านโลก” (Global Village) และ “วัฒนธรรมโลก” (Global Culture)

ซึ่งผลการวิจัยในด้านบวกนั้นมักจะสอดคล้องหรือเป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารมวลชน กล่าวคือ สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อด้านความรู้ ความเข้าใจ แต่ในด้านของทัศนคติและพฤติกรรม

มักจะไม่สามารถส่งผลกระทบได้ ทั้งนี้อาจจะมีเหตุผลมาจากความถี่ของเนื้อหาด้านบวก และความถี่ในการเปิดรับถูกจำกัดหรือไม่มากพอ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับผลกระทบด้านลบ ส่งผลให้อิทธิพลด้านบวกไม่ได้เป็นกระแสหลักของสื่อ

### 2.1.6 ทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของสื่อ

ผู้วิจัยพบว่าอิทธิพลและผลกระทบของสื่อ มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีอยู่หลายทฤษฎี อาทิ เช่น ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) และทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยสังคม (Social Learning Theory) ได้แก่

2.1.6.1 ทฤษฎีการปลูกฝัง จากการศึกษาจากมุมมองทฤษฎีการปลูกฝังมีการมองสื่อในมุมที่เป็นตัวสร้างและวางรูปแบบของวัฒนธรรมมากกว่าการเป็นเพียงภาพสะท้อนของวัฒนธรรมในสังคม ซึ่งได้มีการยกตัวอย่างและอธิบายไว้ว่า สื่อทำหน้าที่ปลูกฝังสมาชิกในสังคมได้ โดยปราศจากแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality) โดยมองว่าโลกที่แวดล้อมตัวบุคคลมีอยู่ 2 โลก ประกอบด้วย โลกทางกายภาพ เช่น วัตถุ สิ่งของ บุคคล บรรยากาศด้านกายภาพทั้งหลายที่แวดล้อมตัวบุคคลเป็นโลกที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และโลกทางสังคม (Social World) สิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Environment) หรือความเป็นจริงทางสังคม ซึ่งเป็นโลกที่เกิดจากการปฏิบัติงานของสถาบันต่างๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา องค์กร รัฐ และสื่อมวลชน ส่งผลให้การรับรู้และพฤติกรรมของบุคคลมีความแตกต่างกัน แม้การมองเห็นโลกทางกายภาพจะเหมือนกัน

ยกตัวอย่างเช่น โลกของเด็ก โดยทั่วไปเด็กจะสัมผัสโลกที่เป็นจริงหรือโลกทางกายภาพได้จากการมีประสบการณ์ตรงจากสภาวะแวดล้อมต่างๆ รอบตัว ในขณะที่โลกของสื่อก็จะให้ความเป็นจริงหรือประสบการณ์โดยอ้อมผ่านทางสื่ออีกครั้งหนึ่ง เด็กจัดเป็นผู้บริโภคสื่อมากและมีแนวโน้มที่จะเลือกเชื่อโลกของสื่อมากกว่าโลกแห่งความจริง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ โลกในสื่อได้ปลูกฝังวัฒนธรรมทางสังคมให้แก่เด็กมากกว่าสถาบันอื่นๆ ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงเด็กๆ อาจจะมีพ่อแม่ ครู เพื่อน เป็นกลุ่มอ้างอิงอยู่ แต่โดยลักษณะของสื่อที่นำเสนอมุมมองกระแสหลัก (Mainstream) ย่อมนำไปให้เด็กเกิดการคล้อยตามได้มาก รวมทั้งผู้ใหญ่ด้วยเช่นกัน เพราะได้รับการปลูกฝังจากสื่อมาไม่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ของประสบการณ์จริงของผู้ชมเริ่มถูกจำกัดให้แคบลงเรื่อยๆ สื่อจึงเข้ามามีบทบาทในการเปิดประสบการณ์และนำโลกอันกว้างใหญ่มาให้ผู้บริโภคสื่อได้สัมผัสจึงแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลและผลกระทบอย่างแท้จริง

2.1.6.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยสังคม เป็นแนวคิดที่ว่าด้วยพฤติกรรมของบุคคลเรียนรู้ผ่านการสังเกตและการเลียนแบบ (Observational and Modeling Learning) โดยอาศัย

สิ่งแวดล้อมและตัวผู้เรียนในระดับที่มีความสำคัญเท่าๆ กัน ดังนั้นผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมจึงมีอิทธิพลต่อกันและกัน เนื่องจากการเรียนรู้ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมของมนุษย์หลายๆ อย่างจึงเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมแทบทั้งสิ้น (Bandura & McClelland, 1977)

กล่าวได้ว่าการเลียนแบบเป็นกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมอย่างหนึ่ง โดยการสังเกตและกระทำตามอย่างบุคคลใกล้ชิดที่พึงพอใจ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมรอบตัว ยกตัวอย่างเช่น สือ กับเด็กในช่วงที่เป็นทารกถึง 2 ปี จะมีการเลียนแบบในด้านพฤติกรรมและบทบาททางเพศ เห็นอย่างไรจะทำตามอย่างนั้น ส่วนช่วงอายุ 2-6 ปี จะเลียนแบบทั้งทางด้านสังคมและจริยธรรม โดยมีกระบวนการเลียนแบบได้แก่

1) กระบวนการสนใจ (Attention Process) หรือสังเกตหาแบบอย่างจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวกล่าวคือ ผู้สังเกตจะต้องมีความสนใจในตัวต้นแบบ จึงจะมีความคิดที่อยากจะลองเลียนแบบ โดยที่ตัวต้นแบบต้องมีลักษณะเด่น อาทิ มีชื่อเสียง มีความน่าสนใจ หรือมีลักษณะคล้ายกับผู้สังเกต ซึ่งอาจเป็นตัวต้นแบบที่แสดงออกแล้วได้รับการเสริมแรง หรือการลงโทษจะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ เพราะผู้สังเกตจะไม่อยากลอกเลียนแบบพฤติกรรมนั้น

ทั้งนี้ นอกจากตัวลักษณะของตัวต้นแบบแล้ว สภาพของผู้สังเกตก็ส่งผลต่อการให้ความสนใจในตัวต้นแบบด้วย เพราะถ้าผู้สังเกตอยู่ในสภาวะตื่นตัวก็จะให้ความสนใจในตัวต้นแบบ แต่ถ้าเหนื่อยล้าหรือ่วงนอนก็จะไม่สนใจตัวแบบ รวมถึงผู้สังเกตจะต้องไม่ถูกสิ่งเร้าอื่นๆ ดึงดูดความสนใจออกไปในขณะที่สังเกตตัวต้นแบบอยู่ กล่าวโดยสรุปได้ได้แก่

(1) ตัวต้นแบบ (Model) จะมีบุคลิกลักษณะที่น่าสนใจ เป็นที่น่าชื่นชอบ และมีความคล้ายคลึงกับตนเอง

(2) บุคลิกลักษณะส่งผลต่อความตั้งใจ ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการรับรู้ และขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีอยู่ก่อนด้วยว่ามีความขัดแย้งหรือสอดคล้องกัน รวมถึงยังขึ้นอยู่กับระดับการกระตุ้นเร้า หรือการได้รับแรงเสริม

2) กระบวนการจดจำ (Retention Process) หลังจากที่ผู้สังเกตได้จดจำพฤติกรรมของตัวต้นแบบแล้ว การที่จะเรียนรู้จากตัวต้นแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้สังเกตจะต้องสามารถสามารถจดจำได้ถึงบุคลิกลักษณะหรือพฤติกรรมที่ตัวต้นแบบแสดงออกได้ ซึ่งการที่จะจดจำได้นั้น ลักษณะของตัวต้นแบบจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้สังเกตมีความคุ้นเคยหรือไม่ก็ต้องพบเห็นอยู่เป็นประจำ ซึ่งช่วยให้กระบวนการจดจำนั้นเป็นไปได้ด้วยดีโดยการกระทำตามตัวต้นแบบและสามารถทบทวนสิ่งที่จดจำมาได้ว่าจะใช้วิธีการแสดงออกจริงๆ หรือชักซ้อมในความคิดก็ได้

3) กระบวนการแสดงพฤติกรรมหรือทำตามตัวต้นแบบ (Reproduction Process) เมื่อผู้สังเกตได้จดจำพฤติกรรมของตัวต้นแบบได้เป็นอย่างดีแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะนำเข้าสู่

กระบวนการทำตามตัวต้นแบบ ซึ่งกระบวนการนี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนเมื่อมีการให้ข้อมูลป้อนกลับ หรือการตอบสนอง เมื่อลองทำตามพฤติกรรมของตัวต้นแบบ อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับความสามารถเดิม หรือประสบการณ์เดิมของผู้สังเกตมีอยู่ กล่าวคือ หากเจอสภาพแวดล้อมคล้ายกับตัวต้นแบบจะมีการแสดงพฤติกรรมออกมาหรือมีแรงจูงใจที่เป็นแรงเสริมในทางบวก อาทิ ความรู้สึกภาคภูมิใจ แต่หากได้รับแรงเสริมในทางลบก็มีแนวโน้มที่จะไม่แสดงพฤติกรรมเลียนแบบ การเลียนแบบสามารถเกิดขึ้นได้ทันที หากสภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเลียนแบบ

4) กระบวนการแรงจูงใจ (Motivation Process) เป็นกระบวนการในขั้นสุดท้ายที่จะทำให้ผู้สังเกตตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมตามตัวต้นแบบ กล่าวคือ ผู้สังเกตจะพิจารณาถึงสภาพการณ์ใด ที่ควรจะแสดงพฤติกรรมที่เกิดจากการเสริมแรง การที่คาดว่าจะได้รับแรงเสริมนี้เองที่ทำให้เป็นแรงจูงใจที่จะกระทำให้ผู้สังเกต แสดงพฤติกรรมตามตัวต้นแบบที่ตนเองลอกเลียนมา

นอกจากนี้ Bandura and McClelland (1977) ยังได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ซึ่งพวกเขาเชื่อว่ามนุษย์ทุกคนจะมีการรับรู้ความสามารถของตนเองเฉพาะอย่าง กล่าวคือ คนบางคนมีการรับรู้ว่าคุณมีความสามารถในเรื่องการพูดแต่อาจจะรับรู้ว่าคุณไม่มีความสามารถทางคณิตศาสตร์ การรับรู้ความสามารถตนเองนั้นมีผลต่อการกระทำในเรื่องต่างๆ กล่าวคือ ถ้าคนเรามีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับที่สูงในด้านใดด้านหนึ่งจะทำให้เขาสามารถแสดงออก ในความสามารถนั้นๆ ได้อย่างเต็มความสามารถของเขานั้นเอง การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสำคัญอย่างมากต่อการแสดงออกของปัจเจกบุคคลในชีวิตประจำวัน เพราะปัจจัยหนึ่งๆ ของความสำเร็จในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ก็คือการรับรู้ความสามารถของตนเองด้วยเช่นกัน

ดังที่ Schramm, Lyle, and Parker (1961) ได้สรุปไว้ว่า ภายใต้อารมณ์บางอย่างสื่อบางสื่ออาจเป็นอันตรายหรืออาจเป็นประโยชน์ได้ เนื่องจากโดยส่วนใหญ่แล้วไม่อาจยืนยันได้ว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอส่วนมากจะไม่มีโทษหรือไม่เป็นประโยชน์เสียทีเดียว เพราะในปัจจุบันแม้จะพบผลกระทบจากสื่อที่ปรากฏให้เห็นก็ไม่ได้หมายความว่า จะเกิดขึ้นกับคนทุกกลุ่มเสมอไป

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับ “การรู้เท่าทันสื่อ” เริ่มต้นขึ้นในประเทศอังกฤษ ในขณะนั้นเรียกว่า สื่อศึกษา (Media Education) ซึ่งในความหมายของ “การรู้เท่าทันสื่อ” นักวิชาการและนักวิจัยจำนวนมากได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับรูปแบบของสื่อสารมวลชนช่วงราวปี ค.ศ. 1960-1969 โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะปกป้องอิทธิพลจากวัฒนธรรม โดยเฉพาะการต่อต้านจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมที่มาจากสหรัฐอเมริกา ต่อมาในช่วงราวปี ค.ศ. 1980-1989 “Media Education” ได้กลายเป็นวาระสำคัญระดับชาติ โดยมีการนำไปใช้ในหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานทั้งในระดับประถม และมัธยมศึกษา ส่งผลให้ผู้เรียนได้ศึกษาองค์ประกอบของสื่อ และสามารถวิเคราะห์สื่อได้

สำหรับในประเทศแคนาดา แนวคิดเกี่ยวกับ “การรู้เท่าทันสื่อ” เริ่มใช้กันอย่างแพร่หลายราวปี ค.ศ. 1987 โดยกลุ่มนักวิชาการของ Ontario Association for Media Literacy (AML) โดยได้หลักแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเสนอต่อสภาปกครองท้องถิ่นเมืองออนตาริโอ ประเทศแคนาดา ให้การสนับสนุนและผลักดันการรู้เท่าทันสื่อไว้ในหลักสูตรการศึกษาสำหรับเด็กนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 และได้ตีพิมพ์วิธีการเข้าสู่การรู้เท่าทันสื่อ (Approaches to Media Literacy) เพื่อใช้สอนในโรงเรียนมัธยมในประเทศแคนาดา

ส่วนในสหรัฐอเมริกานั้น เริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อ” จากวิกฤตผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อด้านศีลธรรมจริยธรรมที่สื่อได้นำเสนอเรื่อง ความสัมพันธ์ทางเพศ ความรุนแรง และการสนับสนุนวัฒนธรรมบริโภคนิยม (Consumerism) และวัตถุนิยม .ในขณะเดียวกันในแถบกลุ่มประเทศลาตินอเมริกาได้ให้ความสนใจเรื่องของการ “การรู้เท่าทันสื่อ” เกี่ยวกับการป้องกันอิทธิพลจากสื่อด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมที่มาจากสหรัฐอเมริกา

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ “การรู้เท่าทันสื่อ” นั้นพบว่า Media Literacy เป็นคำศัพท์วิชาการด้านการสื่อสารมวลชน โดยเกิดขึ้นในประเทศแคนาดาและใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนในกลุ่มประเทศยุโรปก็มีการใช้ในบางประเทศ และกลุ่มประเทศในทวีปเอเชียนั้นก็มีการนำไปใช้ในประเศญี่ปุ่น คำว่า “Media Literacy” เป็นคำเดียวกันกับคำว่า “Media Studies” (ใช้ในภาษาอังกฤษ) Media Education (ใช้ทั้งในภาษาอังกฤษ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศออสเตรเลีย) ส่วนในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นใช้คำว่า “Media Literacy”

### 2.2.1 หลักการของการรู้เท่าทันสื่อ

หลักการพื้นฐานทางแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อมาจากอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารในแต่ละระดับ แต่ทั้งนี้ก็ยังพบถึงความแตกต่างจากกระบวนการที่ขึ้นเป็นอิทธิพลของสื่อ (Media Effect Paradigm) ซึ่งเป็นแนวคิดของ Potter (2004a) ที่ได้เสนอไว้ว่าหลักการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ นั้น จะนำไปสู่กระบวนการหรือองค์ความรู้ทางการสื่อสารใหม่ เนื่องจากมีความเชื่อว่ากระบวนการที่เป็นอิทธิพลของสื่อ (Media Effect) ส่งผลต่อผู้รับสาร และนำไปสู่แนวความเชื่อที่ว่าด้วยผู้รับสารมีสิทธิเสรีภาพในการเลือกเอาหรือเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ (Uses and Gratification) ที่มีความแตกต่างกัน

รวมถึงกระบวนการที่เป็นทางเลือกในทางสัญวิทยา (Semiology) ซึ่งยังไม่มีคำตอบที่มีความชัดเจนในวิธีการแก้ไข หรือช่วยทำให้ผู้รับสารหลบเลี่ยงปัญหาจากผลกระทบด้านลบจากสื่อมวลชน ทั้งนี้ยังไม่พบการวิจัยที่ยืนยันและระบุได้อย่างชัดเจนว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อมวลชนมีมากหรือน้อยอย่างไร

ดังนั้นแนวคิด “การรู้เท่าทันสื่อ” จึงมีหลักการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานว่าผู้รับสารไม่สามารถที่จะคัดค้านหรือปฏิเสธได้ว่าสื่อไม่ใช่สิ่งที่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อผู้รับสารในทางใดทางหนึ่ง แต่ลักษณะของผลกระทบนั้นจะขึ้นอยู่กับผู้รับสารเองด้วย ซึ่งเกิดจากปัจจัยสำคัญคือการตีความหมายที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคน

กล่าวคือ “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นวิธีการช่วยให้ผู้รับสารมีความรู้ ความเข้าใจถึงความต้องการที่เป็นของตน และสามารถควบคุมการตีความหมายของสารด้วยตนเอง ไม่ถูกสื่อมวลชนครอบงำหรือคอยควบคุมการตีความหมาย การที่ผู้รับสารมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อแล้วนั้น จะสามารถมองเห็นทางที่มีความเหมาะสมต่อตนเองในการตีความหมายสารที่ได้รับ และสร้างความหมายของเนื้อหาสารต่างๆ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อหรือสารของแต่ละบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 5 หลักการ(Potter, 2004b)ได้แก่

- 1) สัจพจน์แห่งความรับผิดชอบ (Responsibility Axiom) เป็นหน้าที่รับผิดชอบของผู้รับสารที่จะต้องเพิ่มพูนทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้เพิ่มมากขึ้น
- 2) สัจพจน์แห่งผลกระทบ (Effect Axiom) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความสนใจเกี่ยวกับผลกระทบจากสื่อต่อผู้รับสาร
- 3) สัจพจน์แห่งการตีความ (Interpretation Axiom) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการตีความและการสร้างความหมายของผู้รับสารแต่ละคน ทั้งได้ให้ความสำคัญถึงผู้ควบคุมการตีความและสร้างความหมายของสื่อหรือสาร

4) สัจพจน์แห่งความสำคัญของการสร้างความหมายร่วม (Important of Shared Meaning Axiom) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการให้ความสำคัญการสร้างความหมายร่วมกันของสังคม ภายใต้อาณัติแตกต่างในรายละเอียดของแต่ละบุคคล

5) สัจพจน์แห่งพลังอำนาจ (Power Axiom) เป็นแนวคิดที่เชื่อว่าการมีความรู้ของผู้รับสารไม่ว่าจะเป็นความรู้ที่ได้จากสื่อและความรู้จากประสบการณ์ตรง เป็นสิ่งที่ส่งเสริมการมีอำนาจของผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคสื่อหรือข้อมูลข่าวสาร

นอกจากหลักการพื้นฐานข้างต้นที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น Potter (2004b) ยังได้จำแนกหลักการซึ่งเป็นแนวทางของการรู้เท่าทันสื่อไว้ 4 มิติ (Dimensions) ดังนี้

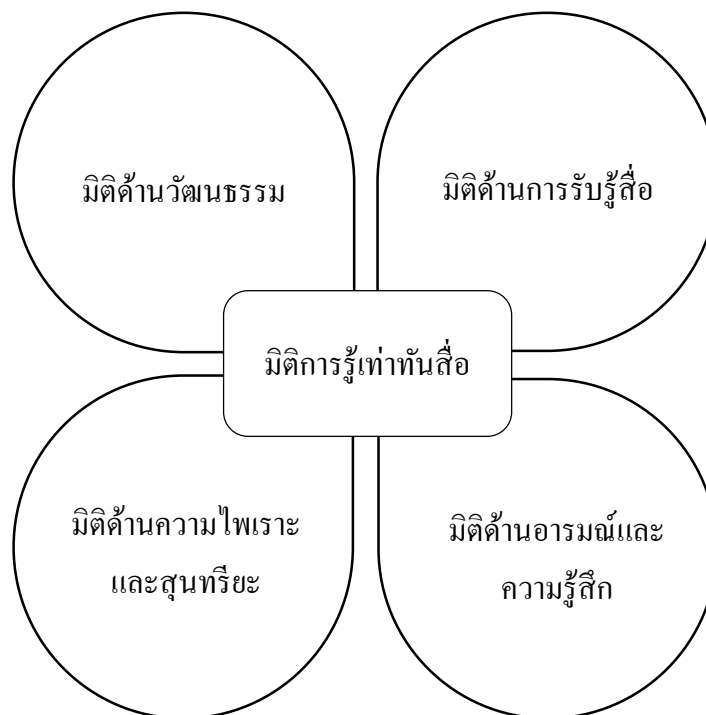
1) มิติด้านการรู้คิด (Cognitive Dimension) กล่าวคือ เป็นกระบวนการทางความคิด และความสามารถในการเข้าใจสัญลักษณ์ต่างๆ จนถึงสัญลักษณ์ที่มีความซับซ้อน อาทิ เช่น เนื้อหาของสารถูกสร้างสรรค์ขึ้นอย่างไร เหตุใดจึงได้รับการสร้างสรรค์ในรูปแบบเช่นนั้น มิติความเข้าใจเป็นมิติด้านสติปัญญา จำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Structure) ที่มีความแข็งแกร่งจึงจะสามารถสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

2) มิติด้านอารมณ์ (Emotional Dimension) กล่าวคือ เป็นการจำแนกสัญลักษณ์ที่ใช้กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกแต่ละอย่างได้ โดยรู้ว่าผู้ผลิตสื่อมีเป้าหมายที่จะกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกเช่นใด นอกจากนี้สามารถใช้สื่อเข้ามาช่วยในการปรับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ตามความประสงค์

3) มิติด้านสุนทรียะ (Aesthetic Dimension) กล่าวคือ เป็นความสามารถเพิลิตเพิลินใจ การเข้าถึง และเล็งเห็นคุณค่าของเนื้อหาสารจากมุมมองทางศิลปะ โดยการเล็งเห็นคุณค่านี้ต้องอาศัยความเข้าใจในทักษะที่ใช้ผลิตเนื้อหาสาระของสื่อแต่ละประเภท สามารถจับความแตกต่างระหว่างศิลปะและสิ่งซึ่งเลียนแบบรูปลักษณ์เฉพาะตัวของนักเขียน ผู้ผลิตรายการ หรือผู้กำกับแต่ละคน

4) มิติด้านคุณธรรม (Moral Dimension) กล่าวคือ เป็นความสามารถที่จะสรุปหลักการอันเป็นค่านิยมที่แอบแฝงหรือซ่อนอยู่ภายในเนื้อหาของสารนั้นๆ รวมถึงวงจรการเปลี่ยนแปลงไปของสื่อ (Potter, 1998)

ต่อมา พรทิพย์ เียนจะบก (2552) ได้นำเสนอหลักการซึ่งเป็นแนวทางของ “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ซึ่งจำแนกความสัมพันธ์ได้ 4 มิติ โดยความสามารถของผู้รับสารแต่ละคนจะแสดงอยู่ในมิติทั้ง 4 นี้ กล่าวคือ มิติแต่ละด้านอาจจะไม่ได้ส่งผลหรือขึ้นตรงต่อกัน อาทิเช่น ผู้ชมหรือผู้รับสารบางคนอาจมีความสามารถในมิติด้านใดด้านหนึ่งมากกว่า ทั้งนี้สำหรับผู้ซึ่งมีความรู้เท่าทันสื่อมากจะเป็นผู้ที่มีมิติทั้ง 4 ด้านทำงานสอดรับกันได้เป็นอย่างดี ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 มิติของการรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดของพรทิพย์

แหล่งที่มา: พรทิพย์ เียนจะบก, 2552.

1) มิติด้านการรับรู้สื่อ กล่าวคือ เป็นการคิดวิเคราะห์หรือสังเคราะห์ ซึ่งเกี่ยวข้องการรับรู้จากการเข้าใจสัญลักษณ์ต่างๆ รวมถึงการเข้าใจที่ซับซ้อนของสื่อที่ถูกสร้างขึ้นตามความนิยมในยุคใดยุคหนึ่ง ซึ่งต้องการพื้นฐานทางความรู้และความเข้าใจที่ดีพอในการที่จะสรุปข้อมูลเหล่านั้นด้วยตนเอง

2) มิติด้านอารมณ์และความรู้สึก กล่าวคือ ความสามารถของแต่ละบุคคลในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกขณะที่รับสื่อ นั้นมีความแตกต่างกัน บางคนมีมากก็จะรู้ถึงเจตนาของสื่อเหล่านั้นๆ ส่วนบางคนมีน้อยก็จะคล้อยตามสื่ออย่างง่ายดาย ซึ่งในบางครั้งอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการรับสื่อก็ส่งผลในเชิงลบด้วย ยกตัวอย่างเช่น เด็กวัยรุ่นที่ชมภาพยนตร์สยองขวัญและใช้ความรุนแรง ก็จะประสบกับอารมณ์ความหวาดกลัว หรือภาพยนตร์ประเภทสะท้อนอารมณ์ ก็

สามารถทำให้เกิดอารมณ์เศร้าแก่ผู้ชมได้ ดังนั้นผู้ชมหรือผู้รับสารจึงควรที่จะรู้เท่าทันอารมณ์ของสื่อเหล่านั้นด้วย

3) มิติด้านความบันเทิงและความสุนทรียะ กล่าวคือการใช้ผู้ชมหรือผู้รับสารจะสามารถเข้าใจถึงความบันเทิงหรือความมีสุนทรียะที่สื่อได้นำเสนอ ผู้ผลิตสื่อจะต้องใช้องค์ประกอบศิลป์ต่างๆ นำมาประกอบเพื่อการนำเสนอรูปแบบที่มีความแตกต่างและหลากหลายตามลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท อาทิเช่น เสียงดนตรี ภาพศิลปะ สี สันความงาม คำประพันธ์ตามบทบรรยาย และบทพูดของตัวละคร เป็นต้น ดังนั้นผู้ชมหรือผู้รับสารควรที่จะต้องมีการพัฒนาความเข้าใจในเรื่องของศิลปะแขนงต่างๆ เพื่อสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างศิลปะที่แท้จริงกับการจำลองที่สื่อสร้างสรรค์ขึ้นมา

4) มิติด้านวัฒนธรรม กล่าวคือ เมื่อสื่อจะนำเสนอคุณค่าของสิ่งต่างๆ ให้แก่ผู้ชมหรือผู้รับสารได้รับรู้ ยกตัวอย่างเช่น ในสถานการณ์ที่ขบขัน คุณค่าของสื่อที่ถูกแสดงออกมาในลักษณะของอารมณ์ขัน ส่วนในภาพยนตร์การต่อสู้คุณค่าที่ถูกถ่ายทอดออกมาจากสื่อคือความรุนแรง ลักษณะเช่นนี้ผู้รับสารต้องใช้การรู้เท่าทันสื่อสื่อในระดับที่มาก ในการที่จะเข้าใจว่าข้อมูลนั้นมีคุณค่าทางศีลธรรมหรือไม่ประการใด

มิติของการรู้เท่าทันสื่อได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง อาทิ (Potter, 2004b; พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552) เมื่อนำมาวิเคราะห์ความสอดคล้องในรูปแบบตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 2.1 วิเคราะห์มิติของการรู้เท่าทันสื่อ

| มิติของการรู้เท่าทันสื่อ          | (Potter, 2004b) | (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552) |
|-----------------------------------|-----------------|--------------------------|
| 1. มิติด้านการรู้จัก              | √               | -                        |
| 2. มิติด้านการรับรู้สื่อ          | -               | √                        |
| 3. มิติด้านอารมณ์และความรู้สึก    | √               | √                        |
| 4. มิติด้านความบันเทิงและสุนทรียะ | √               | √                        |
| 5. มิติด้านคุณธรรม                | √               | -                        |
| 6. มิติด้านวัฒนธรรม               | -               | √                        |

## 2.2.2 ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทัน สามารถอธิบายได้ว่าเป็น การรู้เขารู้เรา คำว่า “รู้เขา” นั้นหมายถึง การรู้จักสื่อหรือการทำความเข้าใจกลไกการทำงานของสื่อประเภทต่างๆ อาทิเช่น รู้ว่าสื่อแบ่งเป็นกี่ประเภท สื่อแต่ละประเภทมีธรรมชาติและคุณลักษณะที่เป็นองค์ประกอบแตกต่างกันเช่นไร รู้วิธีการเกี่ยวกับกล

ยุทธหรือวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แตกต่างกันตามแต่ละประเภทสื่ออย่างไร รู้จักเนื้อหาสารที่สื่อนำเสนอ ฯลฯ

ในขณะเดียวกัน คำว่า “รู้เรา” หมายถึง “โยนิโสมนัสสิกการ” หรือการมีสติรู้ตัวกายเป็นเพียงรูปภายนอก รู้ว่าจิตเป็นสิ่งที่กำหนดทุกสิ่ง และจากการรับรู้ความเป็นตัวตนของเรานี้อาจสามารถนำไปสู่การใช้ “ศีล สมาธิ ปัญญา” มาเป็นแรงต้านทานการทำงานของสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ (มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม), 2547)

ดังนั้นเมื่อผู้รับสาร (Receiver) เกิดความรู้คิดทั้งสองส่วนที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ผู้รับสารก็จะสามารถคิดพิจารณาเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับสิ่งที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอออกมานั้น มีความเหมาะสมกับตัวตนของผู้รับสารมากน้อยเพียงใด สิ่งใดควรเชื่อและสิ่งใดไม่ควรเชื่อ ควรบริโภคหรือไม่ควรบริโภค กล่าวคือ การรู้คิดและรู้เท่าทันสื่อสามารถใช้เป็น “โล่ป้องกันทางปัญญา” หรือ “อาวุธป้องกันทางปัญญา” ได้เป็นอย่างดีนั่นเอง

สื่อ (Media/Medium) หมายถึง สิ่งใดๆ ก็แล้วแต่ที่สามารถส่งผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดแก่ผู้รับสาร โดยมีความหมายที่มากไปกว่าตัวของมันเอง ทำหน้าที่เป็นตัวกลางหรือสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสาร (Sender) กับผู้รับสาร (Receiver) .ให้เข้ามาสัมพันธ์กัน อาทิเช่น สื่อกีฬา สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อพื้นบ้าน และสื่อเฉพาะกิจ แต่โดยทั่วไปแล้วนั้น “สื่อ” ที่ทุกคนมักนึกถึงเป็นอันดับต้นๆ คือ สื่อมวลชน(Mass Media) อันได้แก่ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ วิดีทัศน์ และอินเทอร์เน็ต สื่อประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารกับ “มวลชน” หรือกลุ่มคนจำนวนมาก (มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม), 2547)

“การรู้เท่าทันสื่อ/การรู้สื่อ” ได้มีนักวิชาการทั้งชาติตะวันตกและชาติตะวันออกได้ให้คำนิยามและความหมายทั้งในหนังสือ วารสาร บทความวิชาการต่างๆ เป็นจำนวนมาก อาทิเช่น

Potter (2014) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นการเพิ่มพูนความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับความเข้าใจในวิธีการเข้าถึงสื่อหรือสาร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งใดๆ ก็แล้วแต่ที่ซึ่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นตัวกลางได้นำพาหรือส่งผ่านมาถึงผู้รับสาร

นอกจากนี้ ยังมีนิยามที่ครอบคลุมไปถึงผลกระทบต่องานสื่อสาร โดยมีจุดมุ่งหมายในการเสริมสร้างและพัฒนาทักษะให้แก่ผู้รับสารเป็นหลักโดยคำนิยามของ Pungente (1989) ได้กล่าวไว้ใน Media Literacy Resource Guide ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถที่จะพัฒนาความเข้าใจเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อมวลชน เทคนิคต่างๆ ที่นำมาใช้ในสื่อมวลชน ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยการรู้เท่าทันสื่อ เป็นการให้การศึกษาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจหลักการผสมผสานหรือประกอบ

สร้างของสื่อมวลชนอย่างเป็นรูปธรรม และได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่อ นอกจากนี้แล้วยังมีส่วนช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ ได้

เช่นเดียวกับ Baran (2012) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นทักษะที่จำเป็นแก่ผู้รับสาร เพื่อใช้สำหรับรับมือ ซึ่งทักษะการรู้เท่าทันสื่อนี้ก็เหมือนทักษะทั่วไปที่สามารถเพิ่มพูนหรือปรับปรุงแก้ไขได้ โดยใช้หลักการพิจารณาในสื่อเหล่านี้ว่า มีวิธีการผลิต และวัตถุประสงค์เพื่อสิ่งใด ทำความเข้าใจถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภทว่ามีจุดมุ่งหวังที่จะส่งผลกระทบต่อตัวผู้รับสารเช่นไร ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการสร้างเกราะป้องกันในบริบทสื่อแก่ผู้รับสารให้ดีขึ้น ซึ่งประกอบด้วยความสามารถที่จะเข้าถึงสื่อ วิเคราะห์ ประเมินและสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับ Hoechsmann and Poyntz (2012) ที่กล่าวถึงความหมายของ “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นองค์ความรู้ที่ช่วยให้ผู้รับสารสามารถตีความ รวมถึงโครงสร้างหรือองค์ประกอบของสื่อและการรับรู้อิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อบริบททางสังคมและการเมือง ขณะเดียวกัน Rubin, Rubin, and Haridakis (2009) ยังได้เพิ่มเติมคำนิยามไว้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นความเข้าใจเทคโนโลยีในด้านผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร (Source) รหัสที่ถูกใช้ (Code) สารที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมา และการคัดเลือกสาร (Message and Selection) การตีความ (Interpretation) และผลกระทบของสารเหล่านั้น (Impact)

ทางด้านของ Quin and McMahon (1995) ได้นิยามไว้ว่า ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เป็นความสามารถในการอ้างอิงได้ถึงประเภทของสาร ผู้รับสาร เป้าหมาย แรงจูงใจอันเป็นจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร ความสามารถในการรู้ถึงการผลิต ตลอดจนเทคนิคที่นำมาใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร ได้แก่ เสียง แสง และเทคนิคต่างๆ ที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้ชมหรือผู้รับสาร รวมถึง Silverblatt (1995) ได้ให้ความหมายว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นความสามารถของผู้รับสารในการเลือกและเข้าใจในบริบทเนื้อหาของสาร รูปแบบ ผลกระทบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม และการผลิตสื่อ โดยสามารถตั้งคำถาม ประเด็นที่เป็นข้อสงสัย การประเมิน และการตอบสนองต่อสื่อมวลชนด้วยการแนวคิดเชิงวิพากษ์ที่มีความรอบ และพิจารณาได้อย่างชัดเจน

ในส่วนของนักวิชาการชาติดะวันออกก็ได้มีการศึกษาและให้คำนิยาม ความหมายการรู้เท่าทันสื่อไว้เช่นกัน ทั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการในชาติตะวันตก ได้แก่

เอื้อจิต วิโรจน์ไตร (2540) ได้ให้ความหมายของ “การรู้เท่าทันสื่อ” ว่าเป็นการพัฒนาทางกรูู้คิดทางปัญญา ที่มีจุดมุ่งสูงสุด คือ การสร้างผู้รับสารที่มีความรู้ ความเข้าใจในสื่อและผลจากการสร้างสรรค์สื่อ สามารถจำแนกความเห็นจากความเป็นจริง สามารถตัดสินใจสิ่งที่สื่อได้ถ่ายทอดออกมาอย่างเที่ยงตรง ผู้รับสารเองก็ควรที่จะมีความกระตือรือร้น มีจุดยืนเป็นของตนเอง เข้าใจชีวิต เข้าใจสังคม เข้าใจเนื้อหาสารที่สื่อนำเสนอ รวมถึงสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม ตอบโต้ หรือแสดงความคิดเห็นต่อสื่อด้วยวิธีการต่างๆ ที่ถูกต้องเหมาะสม

ในขณะเดียวกัน อุดุลย์ เพ็ชรรุ่งโรจน์ (2543) นิยามความหมายของ “การรู้เท่าทันสื่อ” ไว้ว่าเป็นความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อ และทักษะในการใช้สื่อ โดยนำความรู้เท่าทันสื่อทั้งในขั้นพื้นฐานและขั้นมาใช้วิพากษ์สื่อได้ ทางด้าน อุษา บั๊กกินส์ (2555) ได้กล่าวถึงคำจำกัดความของ “การรู้เท่าทันสื่อ” ไว้ในบทความวิชาการว่า หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ประเมิน และสร้างสรรค์สื่อในหลายๆ รูปแบบ นับตั้งแต่ด้านสิ่งพิมพ์ สื่อภาพและเสียงอย่างวิทยุโทรทัศน์ และวิดีโอ รวมไปจนถึงอินเทอร์เน็ตนอกจากนั้น “การรู้เท่าทันสื่อ” ยังหมายถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหรือบริบทของสื่อในสังคม รวมทั้งทักษะที่จำเป็นในการสอบถามหาข้อมูล และแสดงออกซึ่งความคิดเห็นของประชาชนที่เป็นไปตามระบอบประชาธิปไตย รวมทั้ง สุขุมาล จันทวี (2559) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นการผสมของคำระหว่างคำว่า “การรู้เท่าทัน” กับ “การสื่อสาร” ซึ่งการรู้เท่าทัน คือ การรู้ตามความจริงอันเป็นธรรมชาติ รู้ถึงเหตุการณ์ต่างๆ ทางความคิดของบุคคล รู้จักการวางตัวในการดำเนินชีวิต และคำว่า การสื่อสาร คือ การถ่ายทอดความหมาย และการรับรู้ความหมาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างตรงกัน และ พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ได้ถ่ายทอดความหมายไว้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นความสามารถในการการวิเคราะห์/สังเคราะห์ วิจักษ์ และประเมินค่าสื่อ รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงสื่อ นำเสนอสื่อในแบบฉบับของตนเอง และผลิตสื่อเพื่อสื่อสารได้หลายรูปแบบ นอกจากนี้ การรู้เท่าทันสื่อยังหมายรวมถึงกิจกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์วิจารณ์และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่ออย่างถูกต้อง

จากความหมายที่ได้กล่าวถึงข้างต้นนี้ พบว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) เป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ดังที่ได้มีการระบุไว้ในยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชนขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ในกรอบแนวคิดเรื่อง “การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออกและการเสริมสร้างสมรรถนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และแหล่งความรู้อย่างทั่วถึงและทัดเทียมกัน” โดยมีหลักการหนึ่งได้ระบุไว้ว่า “การยกระดับการรู้เท่าทันสื่อให้สูงขึ้น” จะช่วยส่งผลให้ประเทศสมาชิกขององค์การยูเนสโกได้ตอบรับหลักการนี้และนำไปใช้ในการขับเคลื่อนประเทศของตนเอง

สำหรับประเทศไทยนั้น ได้มีการผลักดันและขับเคลื่อนกระบวนการรู้เท่าทันสื่อมาไม่น้อยกว่า 1 ทศวรรษ ทั้งนี้ยังมีความต้องการเร่งขับเคลื่อนต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประชาชนในชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นอนาคตของชาติ (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552)

กล่าวคือ “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) เป็นการนำเอาคำว่า “สื่อ” (Media) และคำว่า “การอ่านออกเขียนได้/การรู้หนังสือ” (Literacy) เข้าไว้ด้วยกัน หากพิจารณาความหมายของคำว่า

“สื่อ” จะพบว่ามีคามหมายถึง “ตัวสื่อ” ซึ่งเป็นช่องทางที่มีรูปแบบที่หลากหลายในการสื่อสารในยุคปัจจุบันทั้งที่เป็นสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และรวมถึงช่องทางอื่นๆ ในการสื่อสาร อาทิเช่น สื่อบุคคล สื่อโฆษณาทางการตลาด สื่อกีฬา สื่อเฉพาะกิจ ฯลฯ

ส่วนคำว่า “การอ่านออกเขียนได้/การรู้หนังสือ” มีที่มาจากคำว่า Literacy นั้น ยังเป็นคำที่มีการให้ความหมายที่นักวิชาการหลายฝ่ายให้ความหมายแตกต่างกันอยู่บ้าง ซึ่งบางแห่งนิยามว่าเป็นความรู้ที่เป็นทักษะ (Skill) และเป็นมากกว่าเพียงแค่การรู้ หรือเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเท่านั้น ทั้งนี้ยังต้องมีความชำนาญในองค์ความรู้นั้นๆ ด้วย (Potter, 2014)

เนื่องจากความเป็นมาของการถ่ายทอดองค์ความรู้ในอดีตจากหลากหลายวัฒนธรรมที่ใช้การสื่อสารด้วยคำพูดหรือถ้อยคำเป็นหลักสำหรับบุคคลในระดับทั่วไปทางสังคม ส่วนการสื่อสารทางลายลักษณ์อักษรนั้นเป็นความรู้ที่ถูกถ่ายทอดในชนชั้นสูงทางสังคม ดังนั้นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการอ่านตัวอักษร และการเขียนตัวอักษร จึงจะถือว่าเป็นผู้มีความรู้อย่างแท้จริง (Literate) มากกว่าชนชั้นที่ด้อยกว่า ครั้นเมื่อนำคำนิยามและความหมายของทั้ง 2 คำมารวมกัน คำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ”จึงมีความหมายกว้างขวางครอบคลุมบริบทต่างๆ ในชีวิตประจำวันของผู้คนในยุคแห่งการสื่อสาร

กว่าหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดเกี่ยวกับ “การรู้เท่าทันสื่อ” ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้มาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการประชุมนานาชาติที่จัดขึ้นโดยสถาบันแอสเฟ็นว่าด้วยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อ” (National Leadership Conference on Media Literacy) ในปี 1992 โดยมีนักวิชาการจากหลากหลายประเทศได้ร่วมเข้าหารือถึงภาวะการณ์ด้านการรู้เท่าทันสื่อของแต่ละประเทศ และได้นำเอาหลักการที่ว่าด้วยความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง (Access) วิเคราะห์ (Analyze) และประเมินค่า (Evaluate) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความเฉพาะเจาะจง (Baran, 2012)

กล่าวโดยสรุปคือ “การรู้เท่าทันสื่อ” หมายถึง กระบวนการเสริมสร้างผู้รับสารให้มีความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์สื่อ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อได้อย่างปลอดภัย

### 2.2.3 เป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

อย่างที่ได้อธิบายไว้ข้างต้นแล้วว่า นักวิชาการเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ นั้น มีแนวความคิดเห็นที่มีความแตกต่างกันออกไปในรายละเอียด แต่จุดมุ่งหมายที่ไม่แตกต่างกันก็คือ “ผู้รับสาร” ทั้งนี้ก็เพื่อให้สามารถนำเอาหลักการรู้เท่าทันสื่อ ไปใช้เมื่อมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนได้ เสนอว่าวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อแบ่งออกเป็น 2 เป้าหมาย (Potter, 2004a, 2004b) ได้แก่

2.2.3.1 เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการควบคุม (Control) การเปิดรับสื่อ (Expose) และทำให้ผู้รับสารให้สามารถตีความหมายของสารได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นขั้นของการคานอำนาจของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระ (Agenda Setting) เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีความเป็นอิสระในการสร้างความหมายหรือตีความหมายจากสารมากขึ้น

2.2.3.2 เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้รับสาร กล่าวคือ ให้ผู้ชมหรือผู้รับสารมี “ทักษะ” (Skills) ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและตีความหมายของสารนั้นๆ ให้มากขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่นักวิชาการทางตะวันออก ก็ได้มีการกำหนดเป้าหมาย “การรู้เท่าทันสื่อ” ในทิศทางที่สอดคล้องกัน แต่ก็มีบางรายละเอียดที่ต่างออกไป คือ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ได้อธิบายถึงเป้าหมายสูงสุดของ “การรู้เท่าทันสื่อ” ว่าเป็นการสร้างผู้รับสารให้มียุทธศาสตร์ความรู้และเข้าใจสื่อและผลผลิตจากการสร้างสรรค์สื่อ สามารถแยกแยะความคิดเห็นและความเป็นจริง นอกจากนี้ยังต้องสามารถวิเคราะห์หรือตัดสินสิ่งที่สื่อได้นำเสนอออกมาอย่างเที่ยงตรง

ดังนั้น ผู้รับสารจึงต้องเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น กล่าวคือผู้ชมหรือผู้รับสารไม่ยอมตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อ แต่ทั้งนี้ก็ไม่ควรตัดสินว่าสื่อเป็นสิ่งที่มียันตรายเพียงด้านเดียว หากแต่ผู้รับสารควรรู้จักวิธีใช้สื่อให้เกิดประโยชน์หรือมีจุดยืนที่เหมาะสมต่อสังคม มีความเข้าใจตนเอง เข้าใจสังคม เข้าใจสิ่งที่สื่อถ่ายทอดออกมา รวมถึงการมีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็น ต่อสื่อด้วยหลักการและวิธีการต่างๆ อย่างถูกต้องเหมาะสมได้

### 2.2.4 ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ได้อธิบายถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ไว้ในคู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ “ถอดรหัส ลับความคิด เพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อ” ไว้ 15 ประการ ได้แก่

1) การรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งสำคัญและต้องกระทำอย่างตั้งใจ โดยมีแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ การให้ความรู้เพื่อสร้างพลังแก่ประชาชน และต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบประชาธิปไตยเพื่อการแสดงความคิดเห็นที่เท่าเทียมกัน

2) หลักคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อที่เน้นว่าสำคัญที่สุดเป็นการรู้เท่าทันสิ่งที่สื่อได้ถ่ายทอดออกมา สิ่งที่น่าสนใจไม่ใช่เรื่องจริงทั้งหมด บางอย่างเป็นเพียงสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่สมมติขึ้นเท่านั้น ซึ่งถ้าสื่อนำเสนอแต่ความเป็นจริง การรู้เท่าทันสื่อก็ไม่มีความจำเป็น

3) การรู้เท่าทันสื่อเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพราะฉะนั้นผู้ชมหรือผู้รับสารควรเริ่มโดยการพยายามเข้าใจแนวคิดนี้ และปรับเปลี่ยนความสนใจแนวคิดที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้มีความต่อเนื่องสม่ำเสมอ

4) การรู้เท่าทันสื่อไม่ได้มุ่งให้ผู้ชมหรือผู้รับสารวิเคราะห์/สังเคราะห์ และวิจารณ์สื่อได้ถึงระดับผู้เชี่ยวชาญทั้งนี้เพื่อให้ผู้ชมหรือผู้รับสารได้เรียนรู้เกี่ยวกับสื่อได้อัตโนมัติด้วยตัวของพวกเขาเอง

5) การรู้เท่าทันสื่อเป็นกิจกรรมเพื่อการแสวงหาความรู้และความจริง ไม่ใช่เพื่อบอกถึงค่านิยมเฉพาะวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งเพียงเท่านั้น

6) การรู้เท่าทันสื่อคือ การพยายามค้นหาประเด็นและโอกาสเพื่อทำให้สถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตของผู้ชมและผู้รับสารชัดเจนขึ้น ซึ่งลักษณะสำคัญนี้จะช่วยให้เราสามารถเรียนรู้ โดยพิจารณาจากประเด็นบริบททางประวัติศาสตร์และความเป็นอุดมคติต่างๆ

7) การรู้เท่าทันสื่อเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้สำหรับวิเคราะห์สื่อ เพื่อนำไปสู่การสร้างเนื้อหาเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ๆ ในอนาคต

8) เนื้อหาของสื่อสะท้อนเป้าหมายของสื่อและเป้าหมายของสื่อนั้นก็คือองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ทุกคนจะต้องพิจารณาในการวิเคราะห์สื่อตนเอง

9) การรู้เท่าทันสื่อ จะประสบผลสำเร็จต่อเมื่อผู้ชมหรือผู้รับสารสามารถใช้ทักษะในการวิเคราะห์สื่อได้ และการที่ผู้รับสารมีความสนใจเกี่ยวกับการเรียนและพัฒนาทักษะอย่างสม่ำเสมอ

10) ผู้เรียนใช้เกณฑ์ของตนเองประเมินค่าสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นการประเมินค่าตามระเบียบแบบแผนหรือแบบอิสระ

11) การรู้เท่าทันสื่อ เป็นการพยายามเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์แบบเก่าที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารหลักการกับผู้เรียนรับหลักการ โดยนำเสนอข้อมูลทั้งสองด้านเพื่อให้เกิดการโต้ตอบและถกเถียงร่วมกัน

12) การค้นหาความจริง ในการรู้เท่าทันสื่อจะประสบผลสำเร็จด้วยการถกเถียงกันมากกว่าการอภิปรายร่วมกัน

13) การรู้เท่าทันสื่อเป็นการเรียนรู้โดยเน้นหลักการปฏิบัติและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน มีการเปิดโอกาสให้สามารถซักถามได้อย่างเท่าเทียมกัน กระบวนการสอนแบบนี้จะ

ช่วยกระตุ้นให้เกิดความรับผิดชอบต่อตนเองมากขึ้น ช่วยให้ผู้เรียนคิดและมีส่วนวางแผนการเรียนรู้ ซึ่งจะทำให้มีความน่าสนใจอย่างต่อเนื่อง

14) การรู้เท่าทันสื่อ เป็นการอาศัยความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างผู้รับหลักการหรือผู้เรียนกับผู้ส่งสารหลักการหรือผู้สอน ในแต่ละกิจกรรมต้องมีการแบ่งกลุ่มย่อยข้อมูล และความคิดเห็นของผู้เรียนคนหนึ่งๆ จะกลายเป็นข้อมูลให้กับคนทั้งกลุ่มได้

15) การรู้เท่าทันสื่อ คือ การใช้ทฤษฎีในการวิเคราะห์/สังเคราะห์ วิวิจารณ์ และการฝึกฝนทักษะการวิเคราะห์ วิวิจารณ์ เพื่อหาเหตุผลในประเด็นต่างๆ

### 2.2.5 คุณลักษณะของสื่อ

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อไว้ 7 ข้อ ได้แก่

1) สื่อทั้งหมดถูกประกอบสร้างขึ้น กล่าวคือ หลักการนี้เป็นหลักการที่สื่อถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ดังนั้นผู้รับสารควรเข้าใจว่าสื่อไม่ใช่กระจกเงาอันสะท้อนเรื่องราวของโลกอย่างตรงไปตรงมา หากแต่สื่อทุกสื่อล้วนแต่ถูกผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ขึ้นมา โดยผ่านกระบวนการผสมผสานทัศนคติและค่านิยมของผู้สร้างสรรค์ลงไปด้วย อาจจะด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เพื่อให้การทำงานของสื่อ่นั้นมีความเหมือนจริงมากที่สุด ท่ามกลางเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ มากมายมหาศาลที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน

โดยที่สื่อจะเลือกนำเสนอเฉพาะเหตุการณ์บางเหตุการณ์และในบางแง่มุม ตลอดจนวิธีการที่ผู้ผลิตสื่อคิดว่าสมควรนำเสนอ เช่น สื่ออาจเลือกข้างเพื่อนำเสนอประเด็นทางการเมืองของพรรคใดพรรคหนึ่ง สื่อเลือกเสนอเพลงเฉพาะค่ายเพลงใหญ่ที่มีผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน สื่ออาจจะนำเสนอโทรศัพท์มือถือบางตราสินค้า เพื่อให้เกิดกระแสหรือสร้างความสนใจขึ้นในกลุ่มผู้บริโภค และทำให้เป็นยุควัตถุนิยมหรือยุคบริโภคนิยมได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2) สื่อสร้างภาพความจริง กล่าวคือ สิ่งที่ผู้รับสารคิดและรู้สึกเกี่ยวกับโลกส่วนใหญ่ นั้น มักจะมาจากการที่เรียนรู้ผ่านสื่อแทบทั้งสิ้น ลักษณะเนื้อความในสื่อโดยปกติจะเป็นการผสมผสานข้อมูลต่างๆ ค่านิยม และโลกทัศน์ที่ถูกจัดลำดับ กำหนดความสำคัญก่อนหลัง และเน้นย้ำโดยสื่อ ทั้งนี้ผู้รับสารเองกลับยอมรับและเห็นว่าเป็นเรื่องปกติเป็นไปตามธรรมชาติ

ยกตัวอย่างเช่น ความพึงพอใจที่จะรู้จักประเทศของตนเองว่ามีเหตุการณ์วุ่นวายทางการเมือง เพราะสื่อทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นเรื่องสำคัญ ควรค่าแก่การรับรู้ แต่ผู้รับสารกลับไม่รู้สึกรู้สีกี่มีความเดือดร้อนทั้งที่ไม่ได้รับรู้รับทราบเกี่ยวผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชีวิตความเป็นอยู่นิสัยใจคอของชนชาติอื่น หรือศิลปวัฒนธรรมของชาติอื่นได้ ดังนั้นสื่อจึงมีอิทธิพลอย่างกว้างขวาง

ต่อการกล่อมเกลาคำความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับความจริงและค่านิยมทางสังคมแก่ผู้รับสาร ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นตัวกระตุ้นให้เราอยากจะทำคำถามเกี่ยวกับความจริงที่สื่อได้นำเสนอออกมา

3) สื่อมักจะสร้างความหมายและใช้เนื้อหาในเชิงการค้า (สื่อคือธุรกิจ) กล่าวคือ สื่อมวลชนเกือบทั้งหมดนั้น ล้วนมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผลกำไร ผู้ชมซึ่งเป็นผู้รับสารจะถูกสื่อกำหนดให้เป็น “กลุ่มเป้าหมาย” เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังในการซื้อสินค้าและบริการ บางครั้งผู้ชมเองก็ตกอยู่ในฐานะสินค้าที่ถูกขายให้ผู้โฆษณา ตามกระบวนการและเงื่อนไขทางธุรกิจต่างๆ จะเป็นตัวกำหนดว่าเนื้อหาหรือเนื้อเรื่องส่วนใดที่ควรนำมาสร้าง มีเทคนิคในการนำเสนอและช่องทางการเผยแพร่ควรเป็นอย่างไรบ้าง

ดังนั้นจะได้จากรายการละครที่ได้รับความนิยมของคนจำนวนมากมักจะออกอากาศในช่วงหัวค่ำ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนมากที่สุดเกือบทุกช่องและเกือบทุกวัน ในขณะที่รายการเกี่ยวกับความรู้หรือศิลปวัฒนธรรมนั้นมีจำนวนผู้ชมที่ให้ความสนใจจำนวนจำกัดจะมีเพียง 2-3 รายการ และจะถูกจัดให้ออกอากาศในช่วงดึก เป็นต้น

นอกจากนี้ เงื่อนไขทางธุรกิจยังมีอำนาจและอิทธิพลต่อสื่อที่อยู่ในระบบการค้าเสรีทั่วไป การรู้เท่าทันสื่อจึงทำให้เราได้หวนคิดพิจารณาถึงประเด็นเรื่องกระบวนการผลิตและองค์กรที่เป็นเจ้าของสื่อด้วย ไม่ใช่สนใจเพียงแค่เนื้อหาของสื่อที่ถูกนำเสนอออกมาเท่านั้น

4) สื่อทุกชนิดมีเนื้อหาสะท้อนค่านิยมกล่าวคือ สื่อแต่ละประเภทนำเสนอให้เห็นถึงค่านิยมและวิถีชีวิตในรูปแบบต่างๆ สื่อจะเป็นตัวชี้นำโดยอาจจะแสดงออกอย่างชัดเจนหรือไม่ก็แสดงโดยนัยว่าธรรมชาติของโลกและสังคมควรที่จะยอมรับเป็นอย่างไร เช่น วิธีเศรษฐกิจพอเพียง ศิลปะการดำเนินชีวิตที่ดี ค่านิยมแบบบริโภคนิยม วัตถุนิยม ทุนนิยม ชาตินิยม การแสดงออกถึงสิทธิของสตรี

ยกตัวอย่างเช่น การที่หนังสือพิมพ์วิพากษ์วิจารณ์ผู้ที่เรียกร้องให้ผู้หญิงกับผู้ชายมีสิทธิเท่าเทียมกันในการใช้นามสกุลหลังการสมรส ซึ่งเป็นการชี้นำที่หนังสือพิมพ์แสดงออกอย่างชัดเจนว่าความไม่เท่าเทียมกันทางเพศเป็นเรื่องปกติที่สังคมควรให้การยอมรับ หรือตัวอย่างของเนื้อหาในละครไทยที่พระเอกเป็นคนมีฐานะดี อาศัยอยู่ในบ้านใหญ่โต และมีกลุ่มคนรับใช้ที่โดนเจ้านายดูว่าได้ตามอารมณ์ เป็นการสื่อโดยนัยว่าความไม่เท่าเทียมกันระหว่างชนชั้นในสังคมที่ยังมีอยู่

5) สื่อมีนัยทางสังคมและการเมือง กล่าวคือ สื่อมีอิทธิพลอย่างใหญ่หลวงในบริบททางการเมือง และในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เนื้อหาของสื่อทุกประเภทสามารถส่งผลต่อการเลือกตั้งผู้นำประเทศ ผ่านการนำเสนอภาพลักษณ์ต่างๆ สื่อจะสะท้อนภาพความขัดแย้ง

แนวคิดทางการเมืองได้อย่างชัดเจน และสื่อยังให้ความรู้ลึกกว่าประเด็นใดเป็นประเด็นที่สำคัญของชาติ และประเด็นร่วมของโลกต้องเป็นประเด็นที่สำคัญของผู้รับสื่ออื่นๆ ด้วย

ทั้งนี้ มักจะถูกชี้นำทางความคิดตลอดเวลา จนกระทั่งผู้ชมเกิดความเห็นที่สอดคล้องตาม จนกลายเป็นกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นเหมือนกันในที่สุด ยกตัวอย่างเช่น ช่วงทศวรรษแบ่งฝ่ายแนวคิดทางการเมืองออกเป็นกลุ่มคนเสื้อเหลืองและเสื้อแดง จนมีคำกล่าวว่า สื่อเลือกข้างและแต่ละข้างก็ใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการโน้มน้าวใจฝ่ายของตน ในขณะที่บางเวลาสื่อจะสะท้อนให้เห็นว่า การฟื้นฟูสภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศเป็นเรื่องสำคัญจนทำให้ภาพสังคมถูกบิดเบือนไปจากความจริงตามที่ควรจะเป็น

6) สื่อแต่ละสื่อมีรูปแบบ แบบแผน และสุนทรียภาพเป็นอัตลักษณ์ของตัวเอง กล่าวคือ สื่อแต่ละสื่อล้วนมีวิธีการเฉพาะตัวในการสร้างความเป็นจริง สื่อต่างชนิดกันอาจรายงานเหตุการณ์ในเรื่องเดียวกันได้ แต่จะสร้างภาพความประทับใจและลักษณะเนื้อหาสาระที่แตกต่างกัน ส่วนหนึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันของสื่อแต่ละประเภท

ยกตัวอย่างเช่น นวนิยายสร้างสรรค์ความเป็นจริงด้วยตัวอักษรล้วนๆ ภาพยนตร์มีเสียงและภาพเคลื่อนไหว วิทยูกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีแต่เสียงที่ต้องใช้จินตนาการตามเสียงไป สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถทำให้เกิดเครือข่ายการสื่อสารได้ง่าย อย่งไรก็ตาม นอกจากคุณสมบัติทำให้สื่อมีความแตกต่างกันแล้ว แม้แต่สื่อประเภทเดียวกันก็ยังมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันและมีสุนทรียภาพที่เป็นแบบฉบับของสื่อเหล่านั้นที่แตกต่างกันออกไปอีกด้วย

7) การรู้เท่าทันสื่อเป็นพลังอำนาจ ที่นำมาสู่การคิดสร้างสรรค์ที่มากขึ้น และเพิ่มพูนความสามารถในการสื่อสาร กล่าวคือ จากการศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมิได้มุ่งหวังเพียงเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ วิจัยสื่อได้แต่เพียงเท่านั้น แต่ยังมีความมุ่งหมายให้นำข้อวิเคราะห์นั้นมาใช้เพื่อเป็นแนวทางป้องกันตนเองได้ นอกจากนี้ยังมุ่งหวังให้ผู้รับสารสามารถตระหนักถึงสิทธิในการสื่อสารของตนเอง และสามารถสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการเพิ่มอำนาจให้แก่ประชาชน และสร้างความเข้มแข็งให้โครงสร้างทางประชาธิปไตยของสังคมให้ยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป คือ หลักการของการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อที่นำไปสู่การพัฒนากระบวนทัศน์หรือองค์ความรู้ให้แก่ผู้รับสาร ประกอบด้วย มิติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ เป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อ ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ และคุณลักษณะของสื่อ

## 2.2.6 แนวทางการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ

สำหรับแนวทางการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อนี้มีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนดหลักเกณฑ์การวัดระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อไว้ถึงแม้ว่าจะขัดแย้งกับคำกล่าวของ Potter (2004a) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อไม่สามารถจำแนกออกเป็นส่วนย่อยๆ หรือเป็นระดับขั้นได้” แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงข้อบ่งชี้เกี่ยวกับมิติด้านการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 มิติ ซึ่งประกอบด้วย มิติด้านการรู้คิด มิติด้านอารมณ์ มิติด้านสุนทรียะ และมิติด้านคุณธรรม พบว่าองค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีความสัมพันธ์กันในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อ และยังพบอีกว่ามีลักษณะเป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่องกัน

ดังนั้น ผู้รับสารแต่ละคนจะมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้ทักษะด้านใดมากหรือน้อย และอาจกล่าวได้ว่าไม่มีผู้ชมหรือผู้รับสารคนใดที่จะไม่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อีกทั้งยังไม่สามารถสรุปได้ว่าลำดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อที่มีค่าสูงสุดอยู่ในขั้นใด ยิ่งไปกว่านั้นผู้รับสารเองก็จำเป็นต้องแสวงหาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลข่าวสารและบริบททางสังคม ซึ่งจะช่วยให้สามารถเป็นผู้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างแท้จริง (Potter, 2004b)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อมีความหลากหลายทางด้านหลักเกณฑ์ที่ใช้สำหรับจำแนกระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่ออาทิ งานวิจัยของ อดุลย์ เพียงรุ่งโรจน์ (2543) ได้กำหนดระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อไว้ 2 ชั้น ได้แก่

1) การรู้เท่าทันสื่อขั้นต้น กล่าวคือ เป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อในระดับที่สามารถจำแนกประเภทเนื้อหาของสื่อได้ อาทิเช่น รู้ว่ารายการโทรทัศน์ที่ดูเป็นรายการข่าว รายการทอล์คโชว์ เกมโชว์ ละคร หรือแยกแยะเนื้อหาข่าวกับบทบรรณาธิการได้ เป็นต้น รวมถึงการตระหนักถึงพฤติกรรมการใช้สื่อของตนเองว่า รับสื่อใดบ้าง นิยม ชื่นชอบสื่อใดบ้าง เนื้อหาประเภทไหน มีความถี่มากน้อยเพียงใด เป็นต้น ในส่วนทักษะการใช้สื่อประเภทต่างๆ สามารถเข้าใจความหมายตรงที่สื่อนำเสนอ เข้าใจการดำเนินเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นและถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ เช่น อ่านหนังสือพิมพ์แล้วเกิดความเข้าใจเหตุการณ์ในข่าว การรับชมละครโทรทัศน์แล้วมีความเข้าใจในเนื้อเรื่อง

2) การรู้เท่าทันสื่อขั้นสูง กล่าวคือ ความรู้ ความเข้าใจที่มีความเกี่ยวข้องกับวิธีการทำงานของผู้ผลิตสื่อและรูปแบบเนื้อหาที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น ความรู้ในบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ความเข้าใจว่าสื่อมองผู้รับสารอย่างไร ใครคือกลุ่มเป้าหมาย และเข้าใจผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่มีต่อปัจเจกบุคคล รวมถึงชุมชน สังคม อาทิเช่น ผลทางด้านความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม

ในขณะที่ สุขุมล จันทวิ (2559) ได้กำหนดระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อไว้ 3 ขั้น ได้แก่

3) การรู้เท่าทันสื่อขั้นต้น กล่าวคือ มุ่งเน้นการรู้ถึงเท่าทันกระบวนการสื่อสารครั้งนั้นๆ ทั้งกระบวนการ อันได้แก่ การรู้เท่าทันความหมายที่แท้จริงของสาร รู้เท่าทันเจตนาของผู้ผลิตสื่อหรือผู้ส่งสาร รู้ผลกระทบ และผลสืบเนื่องของการสื่อสารในแต่ละครั้ง รู้เท่าทันรูปแบบการสื่อสารของสื่อแต่ละประเภท “ถามอย่างง่ายว่าการรู้เท่าทันสื่อขั้นต้น ผู้รับสารต้องรู้อะไรบ้าง และตอบอย่างง่ายว่าต้องรู้ความหมาย รู้กระบวนการสร้างความหมาย รู้ผลที่จะเกิดจากความหมาย และรู้เจตนาที่สื่อนำเสนอความหมายนั้นๆ ออกมา แล้วมองไปที่ การรู้เท่าทันกระบวนการสื่อสาร ในฐานะที่เป็นผู้รับสาร สรุปสั้นๆ ว่า คิดทัน รู้ทัน” คำกล่าวของ สุขุมล จันทวิ (อ้างถึงใน อริษา งามวุฒิวิร, 2553)

4) การรู้เท่าทันสื่อขั้นกลาง กล่าวคือ มุ่งเน้นการรู้เท่าทันเจตนาถึงจุดมุ่งหมายในการสื่อสารในแต่ละครั้งอย่างไร โดยที่เจตนาหรือจุดมุ่งหมายนั้นๆ มีคุณหรือโทษแก่ผู้รับสารอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์จริงและความรู้ทางจิตวิทยาการสื่อสารเข้ามาเสริม เพื่อให้ผู้รับสารวางท่าทีความสัมพันธ์กับผู้ส่งสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม แล้วมองไปที่การรู้เท่าทันเจตนา ในฐานะที่เป็นผู้บริโภคสื่อ โดยการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งในขั้นต้นและขั้นกลางนี้ ยังเป็นทักษะแบบตั้งรับ คือเกิดปัญหาขึ้น แล้วจึงหาวิธีรับมือหรือแก้ไขปัญหานั้นๆ “สรุปเป็นคำสั้นๆ ว่า คิดทัน รู้ทัน และหยั่งรู้ได้ หมายความว่าบางครั้งบางคราว ผู้รับสารอาจยังไม่ได้ “รู้เท่าทัน” เพียงแค่อ่านใจออกโดยการวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูลรอบด้านอย่างละเอียดและมากพอ ทั้งนี้ต้องอาศัยประสบการณ์การสื่อสารที่มีความสลับซับซ้อน และต้องใช้ระยะเวลาที่นานพอสมควร” คำกล่าวของ สุขุมล จันทวิ (อ้างถึงใน อริษา งามวุฒิวิร, 2553)

5) การรู้เท่าทันสื่อขั้นสูง กล่าวคือ มุ่งเน้นการรู้เท่าทันที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่ได้มีขอบเขตจำกัดว่าต้องอยู่ในบทบาทใดบทบาทหนึ่งจากทั้ง 2 บทบาทที่กล่าวถึงนั้น ควรมีการฝึกฝนกระบวนการสื่อสารอย่างรู้เท่าทัน โดยใช้วิธีการฝึก “ติดตามกำกับใจตนให้ทัน” ในทุกๆ ครั้งที่สื่อสาร ควรถามตนเองว่า เราเป็นใคร เรากำลังคิดหรือกำลังกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ ซึ่งสิ่งที่เรากำลังคิดหรือกำลังกระทำอยู่ มีความเหมาะสมหรือไม่ ควรหรือไม่ควร ถ้าควรจะดำเนินการต่อไปเช่นใด ถ้าไม่ควรจะหยุดดำเนินการต่อไปเช่นใด มีวิธีการอื่นๆ ที่ดีกว่าหรือไม่ จากที่กล่าวมานี้ เป็นการมุ่งเน้นให้เกิดการรู้เท่าทันความจริงตามธรรมดา รู้เท่าทันโลก รู้เท่าทันชีวิต รู้เท่าทันจิตของตน ซึ่งการรู้เท่าทันสื่อขั้นสูงนี้ ไม่ใช่ทักษะที่สูงความสามารถของมนุษย์ เพราะมีผู้คนจำนวนมากเพียรพยายามฝึกตนจนเข้าใจ และทำให้ดำรงชีวิตอยู่บนโลกใบนี้ได้อย่างสันติ สรุปเป็นคำสั้นๆ ว่า “คิดทัน รู้ทัน หยั่งรู้ และหยั่งเห็นตามที่เป็นจริง ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ที่บรรยายมาทั้งหมดนี้ ยังมีใช้การปฏิบัติธรรมเพื่อการหลุดพ้น ตามคติแนวพุทธ แต่เป็นการ หาวิธี

ช่วยฝึกวิธีคิด เพื่อให้พอเข้าใจจิตใจของตน และมองเห็นแนวทางเบื้องต้น ที่จะทำให้ใจสงบ และไม่คิดเบียดเบียนผู้อื่น (เกิดกุศลจิต)” คำกล่าวของ สุขุมาล จันทวี อ้างถึงใน (อุริษา งามวุฒิวร, 2553)

ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดของสุขุมาล จันทวี สามารถสรุปได้เป็น 4 ข้อ ดังนี้ ข้อที่ 1 เพื่อให้รู้ความหมายแท้จริงของสาร อันเกิดจากเจตนาที่แท้จริงของผู้ส่งสาร ข้อที่ 2 เพื่อให้รู้ผลกระทบ และผลสืบเนื่องของการสื่อสารในครั้งนั้นๆ ข้อที่ 3 เพื่อให้รู้เท่าทันรูปแบบการสื่อสาร ประเภทต่างๆ ทั้งกระบวนการ และ ข้อที่ 4 เพื่อให้รู้เท่าทันสื่อ ซึ่งสามารถกล่าวเป็นประโยคสั้นๆ ได้ว่า “คิดทัน รู้ทัน หยั่งรู้ และหยั่งเห็นตามที่เป็นจริง” (สุขุมาล จันทวี, 2559)

นอกจากนี้ในกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อยังได้มีการกำหนดขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อ จากงานวิจัยของ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) พบว่า ได้มีการกำหนดขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 4 ขั้น โดยใช้กระบวนการที่เป็นลำดับขั้นของการรู้คิด (Cognitive Level) ได้แก่

1) ความตระหนัก (Awareness) กล่าวคือ เป็นขั้นที่ผู้รับสารหรือผู้บริโภค สื่อเกิดความตระหนักว่า สื่อและเนื้อหาสารถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความชอบ ความพึงพอใจ ซึ่งในขั้นนี้นั้นผู้รับสารจะรู้เพียงว่าเป็นสถาบันหรือองค์กรสื่อที่สร้างสรรค์สื่อและสาร จะไม่รู้ถึงสถานภาพ บทบาทของสถาบันหรือองค์กรสื่อเหล่านั้นๆ ไม่รู้ถึงกระบวนการผลิตสื่อ และเชื่อว่าสิ่งที่สื่อถ่ายทอดหรือสะท้อนออกมานั้นเป็นความจริง ความถูกต้อง และตรงตามลักษณะที่น่าเสนอ โดยเข้าใจว่าสิ่งที่สื่อได้นำเสนอออกมานั้นมีความชัดเจน และมีการตีความข้อมูลต่างๆ อย่างตรงไปตรงมาในลักษณะที่รู้จักและเคยชิน ชื่นชม โอกาสที่สื่อให้มีส่วนร่วม การตอบสนองหรือตอบโต้ และให้ความร่วมมือตามที่สื่อได้กำหนดหรือต้องการ

2) ความเข้าใจ (Comprehension) กล่าวคือ เป็นขั้นที่ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจในสื่อประเภทต่างๆ รู้ถึงคุณลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อเหล่านั้นๆ ในระบบทางสังคม รู้ เข้าใจ ยอมรับแบบแผนการผลิตตามลักษณะทางวิชาชีพแห่งสื่อ รู้ความหมายตรง (Denotation) ที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในรูปแบบของรหัส แบบแผนของสื่อประเภทต่างๆ รู้เทคนิคที่สื่อใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ สามารถตีความได้ตามจุดมุ่งหมายของสื่อ วิเคราะห์/สังเคราะห์เทคนิคการเล่าเรื่อง ความหมายโดยนัย ความคิดของเรื่องที่สื่อได้ถ่ายทอดหรือนำเสนอ ยอมรับการมีส่วนร่วมของสื่อ แลกเปลี่ยน พูดคุย วิจารณ์ การทำงานหรือผลผลิตจากสื่อในกลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3) การวิเคราะห์และการตีความ (Analyze and Interpret) กล่าวคือ เป็นขั้นที่ผู้รับสารสามารถวิเคราะห์การดำเนินการของสถาบันหรือองค์กรสื่อ ตามสภาพและตามจุดมุ่งหมายของผู้ประกอบการสื่อ รู้หลักการและสามารถวิเคราะห์สิ่งที่สื่อได้นำเอาเรื่องภายในสังคมมาเสนอด้วยการสร้าง (Construction) การกำหนดต้นแบบฉบับ (Stereotype) รวมถึงสามารถ

วิเคราะห์จุดมุ่งหมายของการสร้างสรรค์ การนำเสนอและการสร้างการมีส่วนร่วมของสื่อ รับรู้เข้าใจถึงการตีความ ภาษาของสื่อว่ามีความหมายแฝง (Connotation) อยู่ในเนื้อหาสารนั้นๆ ซึ่งสื่อได้ถ่ายทอดออกมา ทั้งภาษาภาพ ภาษาพูด ภาษาเสียง และภาษาเขียน โดยการวิเคราะห์ความหมายด้วยองค์ความรู้ และเทคนิคต่างๆ ที่สื่อใช้ในการเล่าเรื่องได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน

4) การประเมินค่าและการตัดสิน (Evaluate and Judgments) กล่าวคือเป็นขั้นที่ผู้รับสารประเมินได้ว่าสถาบันหรือองค์กรสื่ออื่นๆ มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น ระบบอำนาจทางการเมือง ระบบทุนนิยม ระบบบริโภคนิยม เป็นต้น สื่อมีการดำเนินการทั้งแบบแผนทางความคิดและการผลิตในเชิงอุตสาหกรรม โดยที่กระแสทางความคิดหลักที่สนับสนุนอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมืองนั้น สามารถตีความเนื้อหาของสื่ออย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม รวมถึงอุดมการณ์ของสื่อเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องการแบ่งแยกทางเพศ ชนชั้น รู้แก่นความคิดหลักของเรื่องที่สื่อได้บอกเล่า และตัดสินจุดมุ่งหมายอย่างเชื่อมโยงได้กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งผู้รับสารที่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อจะสามารถตั้งคำถามในเรื่องเกี่ยวกับการทำงานของสื่อ มีส่วนร่วมในการกำหนดสื่อ รวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาศักยภาพของผู้รับสารอื่นๆ โดยวิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับ “สื่อศึกษา” (Media Education) หรือ “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ได้

ในขณะที่ พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ได้กล่าวถึง การพัฒนาแนวคิดที่เป็นองค์ความรู้อันเกี่ยวเนื่องกับการรู้เท่าทันสื่อของ UNESCO ว่ามีความสอดคล้องกับบริบททางสังคมของประเทศไทย โดยพบว่ามียุทธศาสตร์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่

1) ด้านการเปิดรับสื่อ กล่าวคือ ตามทฤษฎีการสื่อสารของ Berlo (1960) ที่ว่าด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ที่เป็นสื่อกลางในการส่งผ่านจากผู้ส่งสาร (Sender) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น สัมผัส ล้วนเป็นสิ่งที่เปิดมิติการรับสื่อของผู้รับสาร โดยสื่อมวลชนจะส่งผ่านประสาทสัมผัสทางด้านหูและตามากกว่าประสาทสัมผัสด้านอื่นๆ เนื่องจากข้อจำกัดของสื่อเอง และด้วยประสาทสัมผัสจะส่งข้อมูลไปยังระบบสมองเพื่อตีความและรับรู้ต่อไป

ดังนั้นเมื่อนุษย์เปิดรับสื่อประสาทสัมผัสต่างๆ ก็จะส่งข้อมูลไปสู่สมองและสั่งการคิดและปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ต่างๆ ตามมา ในขั้นของการรับรู้อารมณ์ของตนเองจึงเป็นสำคัญ ที่ต้องแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน ไม่หลงไหลไปตามการชี้นำของสื่อ ยกตัวอย่างเช่น การทำให้เกิดความต้องการสินค้าที่โฆษณา การเลียนแบบดาราที่เห็นว่าสวย หล่อตามแฟชั่น การแสดงอารมณ์รัก โลภ โกรธ หลง ตามภาพยนตร์หรือละครต่างๆ

ความคิดจะทำให้ผู้รับสารรับรู้ความจริงว่าอะไรเป็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น สิ่งไหนเป็นความจริงหรือมีอยู่จริง อารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอสื่อที่เร้าอารมณ์ประเภทต่างๆ เป็น

การรู้ไม่เท่าทันสื่อ ซึ่งสามารถสังเกตเห็นเหตุและผลต่างๆ อันเป็นที่มาของผลประโยชน์ทางธุรกิจของสื่อเหล่านั้น

2) ด้านการวิเคราะห์สื่อหรือการอ่านสื่อ กล่าวคือ เป็นกระบวนการแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของสื่อ ในประเด็นของวัตถุประสงค์ของสื่อ ซึ่งได้แก่กลุ่มเป้าหมายของสื่อ สิ่งที่สื่อนำมาเสนอส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รูปแบบการนำเสนอของสื่อ ข้อมูลที่นำมาเสนอเป็นข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเกี่ยวกับบริบททางสังคม ศิลธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณี ค่านิยม ที่สื่อได้นำเสนออยู่ในกรอบของจรรยาบรรณหรือไม่ ส่งเสริมคุณธรรมให้กับสังคมหรือไม่อย่างไร การวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ เหล่านี้ จะทำให้เห็นภาพความเป็นจริงของสื่อได้อย่างชัดเจนขึ้น

3) ด้านการเข้าใจสื่อหรือการตีความสื่อ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสาร หลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อจะทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อได้นำเสนอ เข้าใจภาษาเฉพาะของสื่อแต่ละประเภทและรู้จักที่มาของข้อมูลประเภทต่างๆ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีความเข้าใจสื่อได้ไม่เหมือนกันและตีความไปคนละรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิม รวมถึงพื้นฐานการศึกษา และคุณสมบัติต่างๆ จากการเรียนรู้ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันมาก่อน

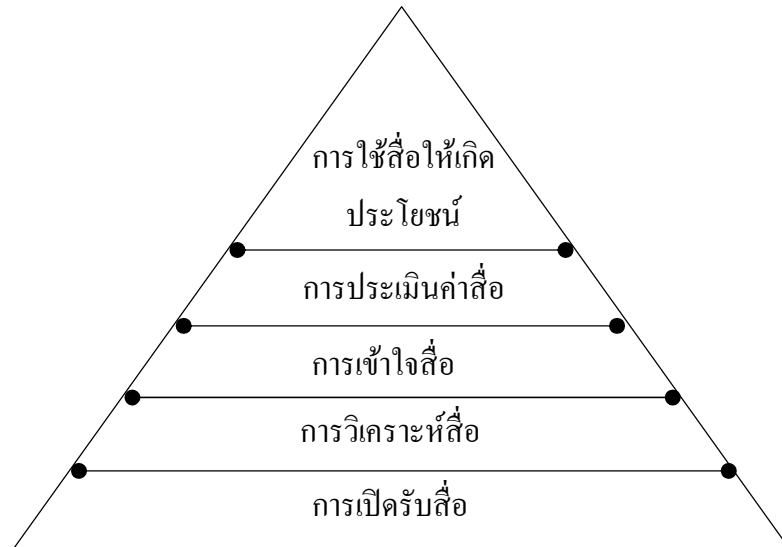
4) ด้านการประเมินค่าสื่อ หลังจากการที่ผู้ชมหรือผู้รับสารผ่านการวิเคราะห์และการทำความเข้าใจสื่อแล้ว ขั้นถัดมาผู้ชมหรือผู้รับสารจะต้องทำการประเมินค่าสิ่งที่สื่อได้นำเสนอออกมาว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงไร ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ หรือวิธีการนำเสนอในรูปแบบใดก็ตาม สื่อได้ใช้การผสมผสานเทคนิคใดบ้างที่ก่อให้เกิดความน่าสนใจ ความพึงพอใจขึ้น หรือทำให้หลงเชื่อไปโดยขาดการวิเคราะห์อย่างถ่องแท้

5) ด้านการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ หากผู้รับสารได้ใช้การวิเคราะห์และทำความเข้าใจองค์ประกอบขั้นต้นทั้ง 4 ถือว่าผู้ชมหรือผู้รับสารนั้นได้ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อที่ครบถ้วน แต่ยังไม่เพียงพอเพราะเมื่อเราเข้าใจองค์ประกอบสื่อ อ่านสื่อได้ ประเมินค่าสื่อได้ โดยใช้องค์ความรู้ที่ได้รับนี้ เนื่องจากมนุษย์ไม่สามารถออกไปจากโลกของสื่อได้ ความจำเป็นที่จะต้องอยู่ในโลกของสื่อต่อไปจึงควรที่จะปฏิบัติได้แก่ ได้แก่ นำสิ่งที่วิเคราะห์ได้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ เลือกรับสื่ออย่างชาญฉลาด สามารถถ่ายทอดหรือส่งสารต่อได้อย่างถูกต้อง และมีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อได้

นอกจากนี้ อาจเป็นผู้ผลิตสื่อเองที่จะสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เฉพาะกิจต่างๆ อันก่อให้เกิดสื่อที่มีคุณค่าขึ้นในสังคมได้โดยการวางแผนจัดการเพื่อใช้สื่อให้เหมาะสม ใช้สื่อใช้ภาพและเสียงให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมถึงการเลือกข้อมูลเพื่อ

การคิด เขียน และพูด ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และผลิตสื่ออย่างมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม

องค์ประกอบทั้ง 5 ที่กล่าวข้างต้นนี้ มีความเกี่ยวพันต่อเนื่องตามลำดับ ซึ่งเป็นองค์ความรู้ ของ “การรู้เท่าทันสื่อ” ที่ควรนำมาพัฒนาและปรับใช้ให้สอดคล้องหรือเหมาะสมกับพฤติกรรมของ กลุ่มผู้รับสารในประเทศไทย ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดของพรทิพย์

แหล่งที่มา: พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552.

กระบวนการอันเป็นขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อในบริบทสังคมไทย พบว่ามีนักวิชาการ หลายท่านได้กล่าวถึงขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อ อาทิ (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552; สุขุมาล จันทวี, 2559; เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540) โดยนำมาวิเคราะห์ความสอดคล้องในรูปแบบตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 2.2 วิเคราะห์ขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อในบริบทสังคมไทย

| ลำดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อ   | (พรทิพย์ เจริญจะบก, 2552) | (สุจุมาล จันทวิ, 2559) | (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2540) |
|---------------------------------|---------------------------|------------------------|----------------------------------|
| 1. การเปิดรับสื่อ               | ✓                         | -                      | -                                |
| 2. ความตระหนัก                  | ✓                         | ✓                      | ✓                                |
| 3. การวิเคราะห์และการตีความสื่อ | ✓                         | ✓                      | ✓                                |
| 4. ความเข้าใจสื่อ               | ✓                         | ✓                      | ✓                                |
| 5. การประเมินค่าและการตัดสินใจ  | ✓                         | ✓                      | ✓                                |
| 6. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์    | ✓                         | -                      | -                                |

### 2.2.7 รูปแบบกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ

การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศนที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้รับสารเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ จะต้องได้รับการปรับปรุงเช่นเดียวกัน และในศตวรรษที่ 21 นี้ การส่งเสริมให้ผู้บริโภคสื่อมีทักษะที่จำเป็นต่างๆ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก การผลัดกันกระบวนการพัฒนาทักษะ (Process Skills) สำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิตนั้นมีความจำเป็นสูง เมื่อย้อนกลับไปราวศตวรรษที่ 19-20 นั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าในครั้งอดีตมักจะมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้รับความรู้เกี่ยวกับวิชาต่างๆ ทั้งที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันและไม่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้

โดยจุดมุ่งหมายของการสอนในศตวรรษที่ 21 นี้ จะเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะการเข้าถึง (Access) การวิเคราะห์ (Analyze) การประเมินค่า (Evaluate) และการสร้างสรรค์ (Create) นำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาได้ ซึ่งมีความแตกต่างจากจุดหมายในศตวรรษที่ 19-20 คือ การเรียนรู้เพื่อให้ได้ความรู้ในศาสตร์แขนงต่างๆ อาทิเช่น วรรณคดี ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้เรียนในยุคปัจจุบันควรที่จะต้องเรียนรู้หลักการหรือวิธีการหาสิ่งที่ตนเองมีความต้องการที่จะรู้ (How to) พร้อมทั้งฝึกฝนทักษะทางความคิดให้สูงขึ้น เพื่อใช้วิเคราะห์/สังเคราะห์ แยกแยะและประเมินค่าได้ว่าข้อมูลที่ค้นหามาได้นั้นเป็นประโยชน์ต่อความต้องการรู้ของตนเอง

และสังคมหรือไม่ นอกเหนือไปจากการเรียนรู้เพียงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโลกซึ่งประเมินผลด้วยการตอบแบบสอบถามเหมือนในอดีต

สำหรับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ นั้น จำเป็นที่จะต้องได้รับการฝึกฝนให้มีความรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนใช้เป็นเครื่องนำทางในโลกแห่งการสื่อสารไร้พรมแดนนี้ ได้แก่ “ทักษะ” (Skills) กล่าวคือ เป็นความสามารถ (Ability) ในการเข้าถึงสื่อ วิเคราะห์สื่อ ประเมินค่าสื่อ และสร้างสรรค์สื่อ โดยทักษะถือเป็นสิ่งสำคัญกว่าการเรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในสื่อ

ในขณะเดียวกัน Potter (2014) ได้พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วย ทักษะด้านการวิเคราะห์แยกแยะ (Analysis) ทักษะด้านการประเมินค่า (Evaluation) ทักษะด้านการอุปนัย (Induction) ทักษะด้านการนิรนัย (Deduction) ทักษะการแบ่งกลุ่ม (Grouping) ทักษะด้านการสังเคราะห์แยกแยะ (Synthesis) และทักษะด้านการจับใจความสำคัญหรือการสกัด (Abstraction)

ทักษะที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงข้างต้นนี้ล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้ “การรู้เท่าทันสื่อ” ส่วนใหญ่มักนิยามอธิบายด้วยชุดของทักษะ เช่น Buckingham (2013) กล่าวว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” สามารถให้คำนิยามหรือความหมายได้หลายวิธี และมีหลักการหนึ่งที่ได้อธิบายไว้คือ “ชุดของทักษะ” (A Set of Skills) โดยนิยามไว้ว่า สื่อมวลชนศึกษา เป็นการนำเอาทักษะมานิยามความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

ในขณะที่ Potter (2014) ได้กล่าวถึงปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ จุดยืนแห่งตน (Personal Locus) โครงสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Structures) ชุดของความสามารถหรือทักษะที่จำเป็น (Skills) และการประมวลผลข้อมูลข่าวสาร (Information-Processing Tasks) ต่อการวิเคราะห์วิจารณ์ ประเมินค่าสื่อ และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย ซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายรายละเอียดไว้ได้แก่

1) จุดยืนแห่งตน (Personal Locus) กล่าวคือ เป็นสิ่งที่ควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลประกอบด้วยจุดมุ่งหมาย (Goal) แรงจูงใจ (Motivation) แรงขับ (Drive) ที่ก่อให้เกิดความต้องการ/ความอยาก (Need) โดยจุดมุ่งหมายจะเป็นตัวกำหนดกระบวนการประมวลผลข้อมูล ถึงสิ่งที่ควรรับเข้ามา และสิ่งที่ควรคัดกรองออกไป ทั้งนี้จุดมุ่งหมายยังเป็นตัวกำหนดการจับคู่ความหมาย และการสร้างความหมายอีกด้วย ยิ่งผู้รับสารสามารถกำหนดจุดยืนแห่งตนได้อย่างมีสติ ผู้รับสารก็จะยังสามารถควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลได้มาก เมื่อควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลได้เพิ่มมากขึ้น ก็จะมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อมากตามไปด้วย ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อที่มีประสิทธิภาพก็ควรที่จะรู้จักการควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ (Potter, 2014)

หลักการควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ชั้น คือ ชั้นควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลแบบมีสติ (Consciousness) และชั้นควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลแบบขาดสติ (Unconscious) (Gajraj, Doi, Mantzaridis, & Kenny, 1998) กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลแบบมีสติ จะส่งผลให้มีการเปิดรับสื่ออย่างระมัดระวัง และสามารถตัดสินใจได้ตรงตามความต้องการหรือตามจุดมุ่งหมายของตนเอง แต่ในกรณีที่ผู้รับสารไม่สามารถควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลแบบมีสติได้ จะส่งผลให้เกิดการเปิดรับสื่อ และพิจารณาตัดสินใจไปแบบไม่รู้ตัว ทำให้สื่อมีอำนาจครอบงำ ความคิด ความรู้สึก และอารมณ์ได้ เกิดการคล้อยตามสื่อ หรือเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของสื่อ (Media Locus) ส่งผลให้สาร ที่อยู่ในรูปแบบของภาพและเสียง เข้ามากระทบจิตใจได้สำนึกโดยไม่รู้ตัว

ฉะนั้นเพื่อให้เกิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น ผู้รับสารควรเน้นฝึกฝนปฏิบัติ และให้ความสำคัญกับ “จุดยืนแห่งตน” ซึ่งเป็นขั้นตอนในการควบคุมการประมวลผลข้อมูล เป็นกรณีพิเศษ การควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลอย่างถูกต้อง จักช่วยให้ผู้รับสารรู้จักวิธีการเปิดรับสาร หลบเลี่ยงสารที่ไม่มีประโยชน์ และปลอดภัยจากการตกเป็นเหยื่อของสื่อที่ไม่ดีเหล่านั้น (Potter, 2014)

2) โครงสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Structures) กล่าวคือ เป็นการสร้างโดยการนำเอาข้อมูลข่าวสารมาเป็นวัตถุดิบ (Materials) และนำเอาทักษะมาเป็นเครื่องมือ (Tools) ในกระบวนการนี้จะต้องใช้ความละเอียดถี่ถ้วน เพื่อสร้างโครงสร้างขององค์ความรู้ให้มีความถูกต้องแม่นยำ อีกทั้งต้องมีประโยชน์ เมื่อนำโครงสร้างองค์ความรู้ดังกล่าวข้างมาต้นใช้ในกระบวนการประมวลผลข้อมูล ก็จะมีส่วนช่วยให้กระบวนการประมวลผลข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล และตีความหมายได้ตามจุดประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ พร้อมทั้งสามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่เป็นภัยจากสื่อ โครงสร้างองค์ความรู้ที่ผู้รับสารพึงมี ได้แก่

(1) โครงสร้างองค์ความรู้ด้านผลกระทบของสื่อ (Media Effects) กล่าวคือ โดยลักษณะทั่วไปของผลกระทบของสื่อ มักจะเป็นได้ทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ ทั้งนี้ผลกระทบเหล่านั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นได้หลายระดับ ขึ้นต้น ขึ้นกลาง ขึ้นสูง ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับของการรับรู้ ทักษะคิด รวมถึงพฤติกรรมต่างๆ ฯลฯ

(2) โครงสร้างองค์ความรู้ด้านผลกระทบด้านเนื้อหา (Media Content) กล่าวคือ เป็นวิธีการถ่ายทอดของสื่อแต่ละประเภท อาทิเช่น การนำเสนอข่าวเป็นแบบพิระมิดหัวกลับ ค่านิยมที่แอบแฝงหรือถูกซ่อนอยู่ในสื่อ สถิติต่างๆ จากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ เช่น ค่าความรุนแรงที่แสดงในเนื้อหาของสื่อเหล่านั้น บทบาทการแสดงของตัวละครแต่ละคน เป็นต้น

## (3) โครงสร้างองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรม (Media Industries)

กล่าวคือ ผู้ประกอบการสื่อหรือผู้เป็นเจ้าของสื่อ การรวมตัวกันของธุรกิจสื่อประเภทต่างๆ การลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มรายได้ของสื่อ กลยุทธ์ทางการตลาดที่สื่อใช้ในการสร้างแรงจูงใจในการสร้างความต้องการบริโภค เป็นต้น

## (4) โครงสร้างองค์ความรู้ด้านโลกแห่งความเป็นจริง (Real World)

กล่าวคือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง สามารถนำมาใช้เปรียบเทียบกับโลกเสมือนจริงในสื่อซึ่งมีความแตกต่างกัน

## (5) โครงสร้างองค์ความรู้ด้านตนเอง (The Self) กล่าวคือ เป็นจุดมุ่ง

ส่วนตัว ลักษณะการรับรู้ และการใช้ข้อมูลเฉพาะตัว

โครงสร้างองค์ความรู้นี้สามารถช่วยควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลให้เป็นไปตามหลักการอย่างมีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างเช่น ผู้รับสารรู้ว่าเนื้อหาที่สื่อสร้างขึ้นมานั้น มีเหตุปัจจัยหรือแรงจูงใจเพื่อเป็นการผลักดันทางธุรกิจ ผู้รับสารก็จะเกิดความเข้าใจว่าสื่อหรือสารนั้นๆ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสิ่งใด ทำให้ผู้รับสารสามารถกำหนดจุดยืนหรือจุดมุ่งหมายสำหรับการเปิดรับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 3) ทักษะและความสามารถ (Competencies and Skills) กล่าวคือทักษะ

เป็นเครื่องมือที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาจากการฝึกฝนความสามารถต่างๆ ซึ่งบุคคลแต่ละบุคคลจะมีความสามารถมากน้อยแตกต่างกันออกไป เมื่อเกิดความต้องการหรือความอยากรที่จะส่งผลให้เกิดแรงผลักดันที่สูงในการใช้ทักษะมากขึ้นและทรงพลังกว่าเดิม โดยทักษะที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ นั้น ประกอบด้วย 7 ทักษะ ได้แก่ (Potter, 2014)

## (1) การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นการจำแนกเนื้อหาสารให้เป็นหน่วย

ที่มีความสำคัญ

## (2) การประเมินค่า (Evaluation) เป็นการตัดสินคุณค่าของข้อมูล

ข่าวสารนั้นๆ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบกับมาตรฐานบางอย่างที่เป็นตัวกำหนด

## (3) การจัดแบ่งกลุ่ม (Grouping) เป็นการกำหนดและจำแนกพวก

ข้อมูลที่เหมือนกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หรือคัดกรองข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกันไปไว้ในแหล่งที่เหมือนกัน

## (4) การอุปนัย (Induction) เป็นการพิสูจน์หรือการตรวจสอบหา

ความจริง โดยหาข้อสรุปจากการอ้างถึงองค์ประกอบที่เป็นส่วนย่อยๆ มาสรุปเป็นภาพรวมให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น

(5) การนิรนัย (Deduction) เป็นการพิสูจน์หรือการตรวจสอบหาความจริง โดยหาข้อสรุปจากการองค์ประกอบที่ใหญ่หรือเห็นเด่นชัด เป็นภาพโดยรวม เพื่อใช้ในการอธิบายสิ่งย่อยๆ หรือองค์ประกอบในชั้นรองลงมา

(6) การสังเคราะห์แยกแยะ (Synthesis) เป็นกระบวนการสร้างองค์ประกอบของโครงสร้างใหม่ ซึ่งเป็นทักษะที่ผู้รับสารใช้ในการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์ความรู้ ยกตัวอย่างเช่น ผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ก็จะมีการนำเอาข้อมูลข่าวสารนั้นๆ มาใช้ในการปรับปรุงหรือเสริมสร้างโครงสร้างอันเป็นองค์ความรู้ให้มีความทันสมัย

(7) การจับใจความสำคัญหรือการสกัด (Abstract) เป็นการให้คำบรรยายอย่างย่อๆ และมีสาระสำคัญของสารนั้นๆ ด้วยจำนวนคำที่น้อยกว่าในตัวสารเอง

ในส่วนความสามารถนั้น เป็นเครื่องมือที่ผู้รับสารใช้ในการเปิดรับสื่อและเข้าถึงเนื้อหาของสาร โดยเกิดจากการเรียนรู้ความสามารถจากการพัฒนาการในแต่ละช่วงวัย และนำมาใช้อย่างอัตโนมัติ ความสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ มนุษย์จะสามารถทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้หรือทำไม่ได้ ยกตัวอย่างเช่น ความสามารถในการจดจำคำศัพท์ และการจับคู่ความหมายระหว่างความหมายที่เป็นพื้นฐานกับความหมายที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ ดังนั้นการมีความสามารถไม่ได้หมายถึงว่า ผู้นั้นมีความรู้ ความเข้าใจสื่อ แต่หากขาดความสามารถนี้แล้ว จะเป็นการขัดขวางซึ่งส่งผลให้ขาดความรู้และความเข้าใจสื่อ อันเนื่องมาจากผลกระทบซึ่งเป็นข้อบกพร่องจากการเข้าถึงข้อมูลบางประเภท ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่ขาดความสามารถขั้นพื้นฐานในการอ่าน จะไม่สามารถเข้าถึงตัวอักษรในสิ่งพิมพ์ได้ เป็นการจำกัดสิ่งที่ผู้นั้นไม่สามารถสร้างขึ้นได้ในโครงสร้างองค์ความรู้ และยิ่งไปหยุดยั้งแรงผลักดันจุดยืนของความต้องการอีกด้วย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็จะส่งผลให้มีแรงจูงใจในการรับข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์น้อยไปด้วย (Potter, 2004b) เพราะฉะนั้นทักษะและความสามารถจะทำงานร่วมกันในลักษณะเป็นกระบวนการหรือวงจรที่มีความต่อเนื่องกัน ทั้งนี้ ทักษะและความสามารถบางประการนั้นมีความสำคัญมากกว่าชนิดอื่น เมื่อใช้กับกระบวนการประมวลผลข้อมูลหรือการตีความข้อมูล เช่น การกลั่นกรองข้อมูล การวิเคราะห์ และการประเมินค่า อย่างไรก็ตาม คุณค่าของทักษะและความสามารถแต่ละข้อนั้นมีความแตกต่างกันออกไปการใช้งานในสื่อหรือสารนั้นๆ

ในขณะเดียวกัน Baran (2012) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อว่า หากผู้รับสารหรือผู้บริโภคสื่อต้องการมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่มีประสิทธิภาพ ควรคำนึงถึงองค์ประกอบ ได้แก่

(1) ควรมีความยินดีที่จะพยายามเข้าใจเนื้อหาและให้ความสนใจกับสิ่งที่ขัดขวางขณะรับชมสื่อ โดยการวิธีการกลั่นกรองออกไป สิ่งซึ่งขัดขวางกระบวนการสื่อสารเหล่านี้อาจยับยั้งด้านพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่ถูกต้อง ของผู้รับสาร เช่น ขณะชมโทรทัศน์ ผู้รับสารจะทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย อาทิ ทานอาหาร อ่านหนังสือพิมพ์ คุยโทรศัพท์ เป็นต้น การที่ผู้รับสารจะสร้างความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพได้นั้น จึงต้องอาศัยความพยายามที่จะเข้าใจเนื้อหา และให้ความสนใจกับสิ่งที่เข้ามาขัดขวางขณะรับชมสื่อให้หลุดพ้น ไปให้ได้มากที่สุด

(2) ควรมีความเข้าใจและตระหนักถึงอิทธิพลของสารที่มีอยู่ในสื่อ โดยทั่วไปผู้รับสารมักจะละเลยอิทธิพลของสื่อ ซึ่งมักมองว่าผู้อื่นได้รับอิทธิพลจากสื่อ แต่ตนเองไม่ได้รับ (Third Person Effect) กล่าวคือ การที่ผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อที่เพียงพอและเข้าใจถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อทัศนคติ พฤติกรรม และค่านิยมโดยทั่วไปแล้วนั้น และหากว่าผู้รับสารขาดความตระหนักรู้ในตนเอง ก็คงไม่สามารถที่จะมองเห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่ส่งผลกระทบได้

(3) ควรมีความสามารถในการจำแนกความแตกต่างระหว่างการโต้ตอบด้วยอารมณ์และการโต้ตอบด้วยเหตุผลออกจากกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง และกระทำการโต้ตอบกับเนื้อหาจากสื่อ ซึ่งเนื้อหาเหล่านั้นมักจะถูกสร้างขึ้นเพื่อดึงดูดให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์คล้อยตาม อาทิเช่น การเคลิบเคลิ้มไปกับการรับชมละครหรือภาพยนตร์ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้รับสารไม่ควรที่จะระบุสาเหตุลงไปยังอย่างเฉพาะเจาะจงว่า เมื่อตนเองมีอารมณ์ร่วมกับเนื้อหาสารนั้นหมายความว่า เนื้อหาสารที่ถูกถ่ายทอดออกมาไม่มีนัยยะ หรือความหมายที่สำคัญต่อชีวิต ดังนั้นผู้รับสารควรตั้งคำถามให้กับตนเองว่า ภาพโทรทัศน์ในขณะที่รับชมอยู่นั้นบ่งบอกประเด็นใดใกล้ตัวเราที่เป็นประเด็นสำคัญหรือใหญ่กว่า แทนที่จะมีอารมณ์คล้อยตามไปกับภาพในโทรทัศน์ที่กำลังดำเนินไป การแพร่ภาพออกมาของสื่อนั้นก็เพื่อให้มีผลกับอารมณ์ของผู้ชมเท่านั้น ผู้ชมหรือผู้รับสารเองสามารถสร้างความหมายโดยเริ่มต้นจากการสังเกตอารมณ์และความรู้สึกที่เกิดขึ้นในขณะที่ได้ชมสื่อนั้นๆ ยกตัวอย่างเช่น ตั้งคำถามกับตนเองว่าทำไมเนื้อหานี้ถึงทำให้เราเกิดความรู้สึกเช่นนี้ได้

(4) ควรมั่นพัฒนาทักษะและความสามารถของตนเองอย่างสม่ำเสมอ กล่าวคือ เป็นการตั้งจุดมุ่งหมายหรือตั้งความหวังใจต่อเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อให้อยู่ในระดับที่สูง เนื่องจาก ถ้าผู้รับสารมีความคาดหวังต่อสื่อน้อย ก็พลอยที่จะมีแนวโน้มในการให้ความสนใจในการสร้างความหมายน้อยไปด้วย ยกตัวอย่างเช่น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์โดยการดูรายการที่ตนเองสนใจมากกว่าการสำรวจว่าขณะนี้มียารายการใดน่าชมบ้างในช่องอื่นๆ เป็นต้น

(5) ควรศึกษาคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภทโดยจำแนกความแตกต่างของสื่อได้อย่างชัดเจน หรือสื่อใดบ้างที่มีการผสมผสานกัน ยกตัวอย่างประเภทของสื่อ เช่น ข่าว สารคดี ภาพยนตร์ เป็นต้น ส่วนตัวอย่างของคุณลักษณะของสื่อ เช่น ข่าวมีการดำเนินเรื่องอย่างไร โดยใคร เป็นต้น ผู้รับสารต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับลักษณะของสื่อ เนื่องจากสื่อในปัจจุบันมีความหลากหลาย ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความหมายให้กับตนเอง

ยกตัวอย่างเช่น ผู้รับสารเข้าใจคุณลักษณะของสื่อภาพยนตร์แต่ละประเภท ทั้งนี้ก็เพื่อให้เข้าใจถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นของเหตุการณ์ต่างๆ ระหว่างภาพยนตร์สารคดีกับภาพยนตร์ฮอลลีวูดในด้านของที่น่าเชื่อถือ ซึ่งทักษะในข้อนี้ก็ยังมีความสำคัญในเชิงการเข้าใจถึงแนวทางการผสมผสานคุณลักษณะของสื่อต่างๆ รวมเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ และเพิ่มจำนวนผู้ชม อันหมายถึงผลกำไรมหาศาลทางธุรกิจ การที่ผู้รับสารมีทักษะนี้ก็จะเป็เครื่องมือช่วยในการอ่านเนื้อหาสื่อได้อย่างละเอียด

(6) ควรวิเคราะห์สารจากสื่อให้ขาดกล่าวคือ ไม่ว่าสื่อจะถ่ายทอดสิ่งใดมาก็แล้วแต่ ล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม อารมณ์ และจิตใจของผู้บริโภคสื่อ ไม่สำคัญว่าสารที่มาจากสื่อ นั้น จะมีความน่าเชื่อถือมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งจะเห็นได้ว่าความน่าเชื่อถือของสื่อเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในระบอบประชาธิปไตย เพราะว่าสื่อเป็นศูนย์กลางของกระบวนการทางการเมือง และการกล่าวได้ว่าสื่อเป็นฐานันดรที่ 4 ทางสังคม อย่างไรก็ดี ผู้รับเองก็ไม่ควรที่จะตัดสินใจเชื่อข้อมูลต่างๆ อย่างที่สื่อได้นำเสนอออกมาแม้ว่าสื่อ นั้นๆ จะมีความน่าเชื่อถืออย่างมากก็ตาม

(7) ควรเข้าใจภาษาที่แฝงอยู่ในสื่อรวมถึงสามารถเข้าใจผลกระทบของภาษาที่แอบแฝงมาด้วยไม่ว่าจะซับซ้อนเพียงใด ดังที่กล่าวไปแล้วในข้างต้นว่าสื่อแต่ละประเภทมีคุณลักษณะและรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความแตกต่างกันในวิธีการสื่อสารและแต่ละวิธียังมีภาษาที่เฉพาะเจาะจงอีกด้วย

เพราะฉะนั้นผู้รับสารจึงต้องเข้าใจภาษาของสื่อให้ดีเสียก่อนถึงจะสามารถอ่านสิ่งที่สื่อนำเสนอได้อย่างถูกต้องชัดเจน ยกตัวอย่างไวยากรณ์ของภาษาสื่อ เช่น ภาพยนตร์ละครโทรทัศน์ที่เป็นสีขาวดำหรือสีเทา และมีเสียงก้อง แสดงว่าตัวละครกำลังคิดถึงเหตุการณ์ในอดีต เป็นต้น ยิ่งผู้รับสารสามารถอ่านสื่อได้ดี ก็จะช่วยเพิ่มพูนความสามารถในการสร้างความหมายได้เทียบเท่ากับผู้มีคามเชี่ยวชาญทางด้านสื่อ

4) การประมวลผลข้อมูลข่าวสาร (Information-Processing Tasks)  
จำแนกเป็น 3 หลักการ (Potter, 2014) ได้แก่

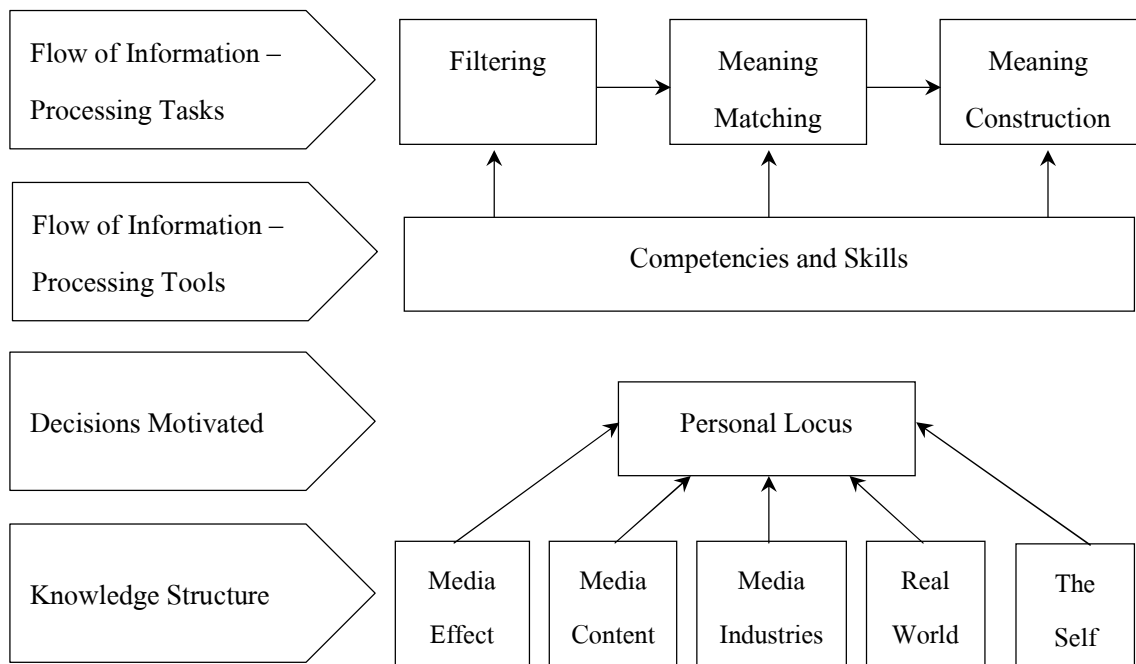
(1) หลักการกลั่นกรองสาร เป็นขั้นของการตัดสินใจถึงข้อมูลว่าจะทำการจัดเก็บไว้หรือไม่ หรือควรกำจัดออกไป โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะให้ความสำคัญกับเนื้อหาสารที่เป็นประโยชน์มากที่สุด โดยการหลีกเลี่ยงเนื้อหาสาระอื่นๆ ที่ไม่เป็นประโยชน์ จุดสังเกตโดยทั่วไปเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของสารต่างๆ ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ

(2) หลักการจับคู่ความหมาย เป็นขั้นของการใช้ความสามารถซึ่งอยู่ในระดับพื้นฐานของการจดจำสัญลักษณ์ และหาคำนิยาม โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงการตีความความหมายที่ได้เรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ จุดสังเกตโดยทั่วไปคือสัญลักษณ์ในเนื้อหาสารต่างๆ

(3) หลักการสร้างความหมายหรือการตีความหมาย เป็นขั้นของการใช้ทักษะแบบก้าวกระโดดจากหลักการจับคู่ความหมายไปสู่การสร้างความหมายสำหรับตนเอง เพื่อให้ได้ประโยชน์จากสารที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมากขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อตีความหมายหรือแปลเนื้อหาสารเหล่านั้นจากมุมมองที่ไร้ข้อจำกัด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบทางเลือกใหม่ๆ ให้กับความหมาย โดยการเลือกมาหนึ่งความหมาย หรือสังเคราะห์แยกแยะความหมายที่หลากหลายนั้นให้สอดคล้องกับตนเอง จุดสังเกตโดยทั่วไปเกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์ความรู้ส่วนบุคคล

จากปัจจัยทั้ง 4 ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ประกอบด้วย จุดยืนแห่งตน (Personal Locus) โครงสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Structure) ทักษะหรือความสามารถ (Competencies and Skills) และการประมวลผลข้อมูลข่าวสาร (Information - Processing Tasks) สามารถนำมาสร้างเป็นแบบจำลองการรู้เท่าทันสื่อได้ (Potter, 2004b) ดังภาพต่อไปนี้

#### **Four Major Factors**



ภาพที่ 2.3 รูปแบบการรู้เท่าทันสื่อของพอดเตอร์

แหล่งที่มา: Potter, 2004b.

โดยปัจจัยทั้ง 4 ข้อที่ได้กล่าวถึงข้างต้นนี้ ล้วนส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ หากมีปัจจัยหนึ่งปัจจัยใดเป็นจุดอ่อนอยู่ ปัจจัยอื่นๆ ก็อาจได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สรุปหลักการปฏิบัติตนอย่างง่ายๆ เพื่อให้ผู้รับสารนำไปฝึกฝนเพื่อให้เกิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อไว้ได้แก่

1) ควรฝึกการควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลและรวมถึงการตีความหมายให้ได้ตามจุดมุ่งหมาย และความต้องการที่ตนเองได้กำหนดไว้ ด้วยการควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลอย่างมีสติให้ได้มากที่สุด พึงระลึกถึงเป้าหมาย และความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ และควรมีสติเสมอ

2) ควรฝึกใช้ทักษะอันเป็นเครื่องมือ รวมถึงโครงสร้างองค์ความรู้ เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการประมวลผลข้อมูล

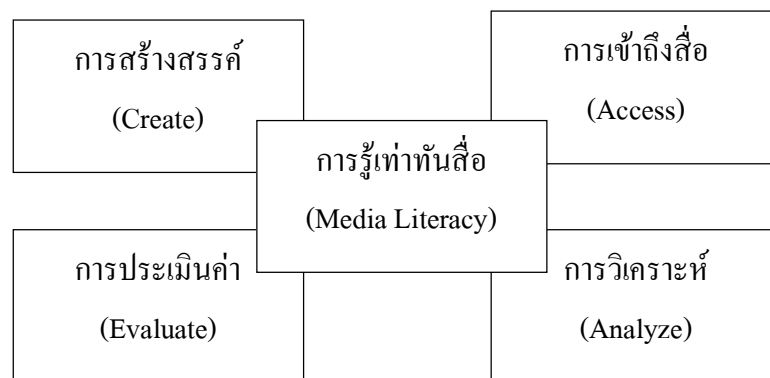
3) ควรหมั่นฝึกพัฒนาทักษะไปสู่ขั้นสูงเพื่อนำมาสร้างโครงสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ

4) ควรหมั่นฝึกฝนและพัฒนาทักษะอย่างสม่ำเสมอ

5) ควรเพิ่มพูนและพัฒนาโครงสร้างองค์ความรู้ตลอดชีวิต หมั่นใช้ทักษะในกระบวนการประมวลผลข้อมูล เพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงข้อมูลเดิมให้มีความทันสมัยแล้วนำไปจัดเก็บไว้ในโครงสร้างความรู้อย่างเป็นระบบ

6) ควรสร้างความหมายในแบบฉบับของตน ไม่ใช่เพียงแค่คัดลอกโครงสร้างและจับคู่ความหมายเพียงเท่านั้น โดยที่การสร้างความหมายไม่ใช่เพียงแค่การพิพากษ์วิจารณ์ แต่ยังหมายรวมถึงการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาระ และการสร้างความหมายใหม่ๆ ขึ้นมา

จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยยังพบอีกว่านักวิชาการในประเทศไทยได้มีการพัฒนาทักษะการเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (พรทิพย์ เียนจะบก, 2552) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 รูปแบบการรู้เท่าทันสื่อของพรทิพย์

แหล่งที่มา: พรทิพย์ เียนจะบก, 2552.

1) การเข้าถึงสื่อ (Access) กล่าวคือ เป็นการที่ผู้ชมได้เข้าไปทำการเปิดรับสื่อหรือดูสื่อแต่ละประเภทได้อย่างเต็มที่และรวดเร็ว สามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและมีความชัดเจน มีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ และไม่ถูกจำกัดอยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป ความสามารถในการที่ผู้ชมหรือผู้รับสารนั้นสามารถเก็บเอาข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมาย การตีความตามหลักเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

- (1) การอ่านหรือเข้าใจเนื้อหาจากสื่ออื่นๆ และทำความเข้าใจได้อย่างถ่องแท้
- (2) การจดจำและเข้าใจความหมายของคำศัพท์ สัญลักษณ์ และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสาร
- (3) การพัฒนากลยุทธ์ เพื่อหาตำแหน่งที่มาของข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่หลากหลาย
- (4) การเลือกกรองข้อมูลประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องหรือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2) การวิเคราะห์(Analyze) กล่าวคือ เป็นการตีความเนื้อหาของสื่อตามองค์ประกอบและรูปแบบที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอ เกี่ยวกับสารหรือสิ่งที่ถูกส่งผ่านสื่ออื่นๆ ส่งผลกระทบอย่างไรบ้างต่อสังคม การเมือง หรือเศรษฐกิจ โดยใช้หลักพื้นฐานทางความรู้เดิมและประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น ที่อาจมาจากการวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อ (กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ) จุดยืนของสื่อและบริบทต่างๆ ของสื่อ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการนำเสนอของสื่อ โดยอาจใช้วิธีการของการวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบย่อยต่างๆ หรือการวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูลเชิงเหตุและผล

ดังนั้นความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการตรวจสอบรูปแบบการใช้สื่อ รวมถึงโครงสร้างและลำดับการเรียงเนื้อหาสื่อ ซึ่งสามารถใช้แนวคิดจากศาสตร์ต่างๆ ได้แก่ ศิลปะ วรรณกรรม สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาบริบทที่ต้องการกล่าวถึงหรือสื่อออกไป ได้แก่

- (1) การใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมเพื่อทำนายผลที่จะเกิด
- (2) การตีความเนื้อหา โดยใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ระดับพื้นฐาน เช่น วิเคราะห์ “วัตถุประสงค์” “ผู้รับสาร” “ความคิดเห็น” “รูปแบบที่กำหนด” “ประเภทรายการ” “บุคลิก” “แนวเรื่อง/พล็อต” “แนวคิดโดยรวม” “อารมณ์” “ภาพที่ได้เห็น” และ “เนื้อหา”
- (3) การใช้ยุทธวิธีซึ่งรวมถึงการเปรียบเทียบ/หาความแตกต่าง ข้อเท็จจริง/ความเป็นเหตุและผล การลำดับความสำคัญ/การเรียง
- (4) การใช้ความรู้เกี่ยวกับบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ ซึ่งเป็นที่มาของการสร้างสรรค์และตีความหมาย

3) การประเมินค่าสื่อ (Evaluate) กล่าวคือ เป็นผลมาจากการวิเคราะห์สื่อจากขั้นตอนที่ผ่านมา ทำให้สามารถที่จะประเมินค่าคุณภาพของเนื้อหาที่ได้ถูกส่งออกมาว่ามีคุณค่าต่อผู้ชมหรือผู้รับสารมากน้อยเพียงใดสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับในด้านใดได้บ้าง

คุณค่าที่เกิดขึ้นนั้นเป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นทางจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือมีคุณค่าทางศีลธรรม จรรยาบรรณ สังคม วัฒนธรรม หรือประเพณีอย่างไรบ้าง สิ่งที่น่าสนใจมีประโยชน์ต่อการเรียนรู้ ในศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งหรือไม่

ในขณะเดียวกันการประเมินค่าที่เกิดขึ้นอาจเป็นการประเมินค่าคุณภาพของสื่อว่า การนำเสนอของสื่อแต่ละสื่อนั้นมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพมากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อชนิดเดียวกัน ความสามารถในการประเมินเนื้อหา โดยสร้างความเกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหาและประสบการณ์ พร้อมเสนอความเห็นในแง่มุมของความหลากหลาย คุณภาพ และความสัมพันธ์กับเนื้อหาโดยใช้วิธีได้แก่

- (1) ความชื่นชอบและความพึงพอใจการตีความหมายสื่อ จากประเภทรายการและรูปแบบที่หลากหลาย
- (2) การตอบสนองโดยการพิมพ์หรือพูดถึงความซับซ้อนที่หลากหลายและเนื้อหาสื่อ
- (3) การประเมินคุณภาพของเนื้อหา จากเนื้อหาสื่อและรูปแบบ
- (4) การตัดสินใจคุณค่าของเนื้อหา โดยการพิจารณาหลักจริยธรรม ศาสนา และหลักประชาธิปไตย

4) การสร้างสรรค์ (Create) กล่าวคือ เป็นการพัฒนาทักษะการสร้างสื่อในรูปแบบเฉพาะตัวขึ้นมา เมื่อผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์/สังเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้ว ผู้ซึ่งมีความเกี่ยวข้องทุกๆ ฝ่ายจะเกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงบทบาทเป็นผู้ผลิตที่มีการวางแผน เขียนบท ค้นคว้าข้อมูลเนื้อหาประกอบตามเทคโนโลยีของสื่อหรือรูปแบบองค์ประกอบของสื่อแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถสื่อสารไปยังผู้ชมหรือผู้รับสารให้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ได้ถูกกำหนดไว้ การพัฒนาทักษะนี้จึงเป็นบทสรุปที่ทำให้ครบกระบวนการรู้เท่าทันสื่อได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ดังนั้นความสามารถสร้างสรรค์ (หรือสื่อสาร) เนื้อหา โดยการเขียนอธิบายหรือบรรยายความคิดโดยใช้คำศัพท์ เสียง และภาพให้มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย และต้องสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่หลากหลายของการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ คัดต่อ และเผยแพร่เนื้อหาดังกล่าว ได้แก่

- (1) การใช้ประโยชน์จากขั้นตอนการระดมสมอง วางแผน เรียบเรียง และแก้ไข
- (2) การใช้ภาษาเขียนและภาษาพูดอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดตามหลักของภาษาศาสตร์

(3) การสร้างสรรค์และเลือกภาพอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้

(4) การใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารในการวางโครงสร้างของเนื้อหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

## 2.2.8 มิติเพื่อการวิเคราะห์สื่อ

จากภาพแบบจำลองทักษะการรู้เท่าทันสื่อ จะพบว่าทักษะเหล่านี้คือทักษะที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ถึงรายละเอียดในองค์ประกอบของแบบจำลองหลักแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ (Key Concept Model) เป็นแนวคิดที่สามารถประยุกต์ได้กับเนื้อหาสื่อทั้งหมดที่มีอยู่ในปัจจุบัน และสามารถใช้ได้กับสื่อเก่าอย่างวรรณกรรมได้ ช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจความเกี่ยวเนื่องของแนวคิดในแต่ละด้านและถ่ายทอดความเข้าใจจากด้านใดด้านหนึ่งของสื่อได้ ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบของแนวคิดหลักของการรู้เท่าทันสื่อเป็นการศึกษารายละเอียดในประเด็นที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

1) ผู้ประกอบการสื่อ (Media Agencies) หมายถึง ผู้ซึ่งเป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการที่มีอยู่หลายระดับด้วยกัน อาจเป็นระดับองค์กร สถาบัน หน่วยงานราชการ หรือบริษัทเอกชนที่เป็นเจ้าของสื่อ หรืออาจหมายรวมถึง เจ้าของคอลัมน์ ผู้อำนวยการผลิต ภาพยนตร์ เจ้าของรายการวิทยุ เจ้าของรายการโทรทัศน์ ตลอดจนผู้อุปถัมภ์หรือผู้ให้การสนับสนุนรายการที่เป็นผู้กำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบายหรือกำหนดแนวเนื้อหา และรูปแบบรายการในการสร้างสรรค์สื่อต่างๆ

2) ประเภทของสื่อ (Media Categories) กล่าวคือ สื่อในปัจจุบันมีความหลากหลาย ในที่นี้สื่อ หมายถึง สื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ที่จำแนกตามลักษณะเฉพาะของสื่อและในสื่อแต่ละประเภทยังสามารถจำแนกตามประเภท รูปแบบ และเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ อาทิเช่น ในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับประกอบด้วยคอลัมน์ที่หลากหลาย เช่น ข่าว บทความ นิยาย เป็นต้น ส่วนรายการโทรทัศน์ก็เช่นเดียวกัน ประกอบด้วยรายการหลายรูปแบบในช่วงเวลาต่างๆ อาทิเช่น รายการละคร เกมโชว์ รายการข่าว เป็นต้น

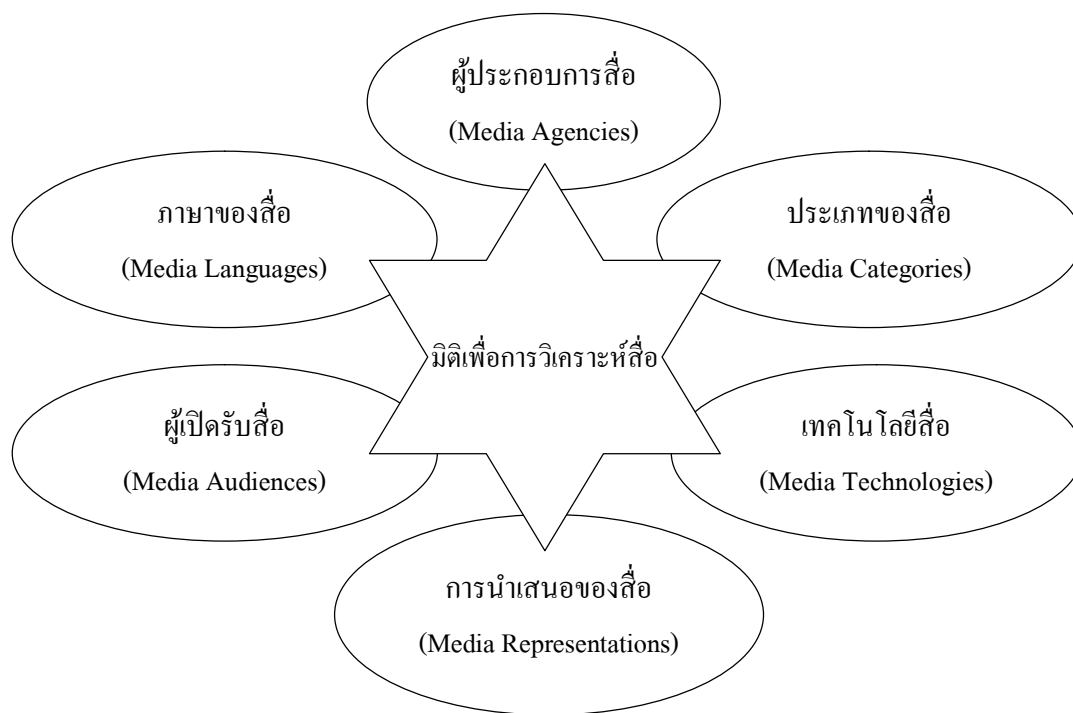
3) เทคโนโลยีของสื่อ (Media Technologies) หมายถึง องค์ประกอบเชิงวิทยาศาสตร์ที่ใช้สร้างสื่อต่างๆ ขึ้นเป็นเครื่องมือประกอบการพิมพ์ การสร้างภาพ การบันทึกภาพ เสียง ข้อความ กราฟิก อาจจะเป็นเทคโนโลยีง่ายๆ หรือมีความสลับซับซ้อนด้วยระบบเครื่องจักรกลดิจิทัล คลื่นแสง คลื่นเสียงในระบบต่างๆ ประกอบกับศิลปะแขนงต่างๆ ที่นำมาใช้อย่างลงตัวในกระบวนการผลิตสื่อทุกประเภท

4) ภาษาของสื่อ (Media Languages) กล่าวคือ สื่อแต่ละประเภทมีภาษาเป็นลักษณะของสื่อ ผู้เปิดรับสื่อหรือผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ตีความสิ่งที่สื่อได้นำเสนอ สื่อที่ใช้แต่เพียงอย่างเดียว อย่างวิทยุกระจายเสียงใช้ภาษาพูดเป็นหลัก แต่สื่อสิ่งพิมพ์จะใช้ภาษาเขียนเป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันสิ่งเป็นส่วนประกอบอยู่ในสื่อต่างๆ เหล่านี้ก็สามารถเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายได้ โครงสร้างการเล่าเรื่อง การดำเนินเรื่องของภาพยนตร์ต่างๆ ใช้การตัดต่อภาพซึ่งสามารถสื่อความหมายได้ด้วยเช่นกัน ละครอาจสื่อความดี ความชั่ว ผ่านตัวละครต่างๆ ได้ สิ่งที่สื่อด้วยภาษาใช้การสร้างรหัสเพื่อสื่อความหมาย แต่ผู้รับสารจะเป็นผู้ออกระหัสและตีความออกมาตามประสบการณ์และความรู้ของตนเอง

5) ผู้เปิดรับสื่อ (Media Audiences) หมายถึง กลุ่มเป้าหมายของสื่อ ที่อาจเป็นผู้ชมรายการโทรทัศน์ ผู้ฟังรายการวิทยุ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ กลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกันด้วยเพศ วัย การศึกษา ประสบการณ์ ความชอบ ความสนใจ ทักษะคติ ประเพณี วัฒนธรรม ซึ่งความหลากหลายเหล่านี้จะส่งผลให้การตีความ การรับรู้ และการเข้าใจภาษาของสื่อเนื้อหาของสื่อแตกต่างกันออกไปด้วย ในขณะเดียวกันสื่อแต่ละประเภทจะมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะของตน แต่ไม่สามารถควบคุมผู้เปิดรับคนอื่นๆ ได้ การตีความของผู้เปิดรับสื่อจึงส่งผลกระทบในวงกว้างได้

6) การนำเสนอของสื่อ (Media Representations) หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะหรือรูปแบบต่างๆ ของสื่อซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ของผู้เปิดรับหรือผู้ชมเป็นอย่างยิ่ง การนำเสนอข่าวในหน้าหนึ่งต่างๆ ย่อมหมายถึงข่าวที่มีองค์ประกอบที่สำคัญกว่าข่าวในด้านใน การนำเสนอของละครช่วงหลังข่าวกับละครช่วงเช้าวันอาทิตย์ทำให้เห็นคุณค่าความยิ่งใหญ่ของละครแตกต่างกันออกไป เทคนิคการนำเสนอเนื้อหาต่างๆ สามารถทำให้ผู้รับสารเชื่อในสิ่งที่อาจถูกหลอกลวงไปในทางที่ผิดได้ หรือเทคนิคการสร้างภาพจำลองเหตุการณ์ ประวัติศาสตร์ต่างๆ ทำให้คนดูมีส่วนร่วมรับรู้ในอดีตของชาติตนเองได้ ทั้งนี้เป็นเพราะคำว่า “สื่อทั้งหมดถูกประกอบสร้างขึ้น”

จากหลักการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ที่ว่าด้วยแนวคิดหลักของการรู้เท่าทันสื่อ (Key Concept Model) เป็นการพัฒนาขึ้นมาใช้ในหลักสูตรการเรียนการสอน (Curriculum Statement) ของสถาบันภาพยนตร์แห่งอังกฤษ (The British Film Institute) ซึ่งมีโครงสร้างแบบจำลองการรู้เท่าทันสื่อ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.5 มิติเพื่อการวิเคราะห์สื่อของพรทิพย์

แหล่งที่มา: พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552.

ในขณะที่ วรรษัญ ครุจิต (2555) ได้นำเสนอ มิติเพื่อการวิเคราะห์สื่อ โดยได้แบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่

- 1) ผู้ผลิตและผู้รับสาร ประกอบด้วย ผู้ผลิต วัตถุประสงค์ ผลกระทบ และการตอบสนอง
- 2) เนื้อหาและความหมาย ประกอบด้วย เนื้อหา เทคนิคการนำเสนอ และการตีความ
- 3) การนำเสนอและความเป็นจริง ประกอบด้วย บริบท และความน่าเชื่อถือ

โดยใช้คำถามเพื่อการถอดองค์ประกอบเนื้อหา (Deconstruction) ซึ่งเป็นการนำเอาเนื้อหาของสื่อมาผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นขั้นตอนและมีระเบียบแบบแผน โดยอาศัยแนวทางของคำถามจำนวน 5 ข้อ (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552) ได้แก่

1) ผู้สร้างเนื้อหาสาระของสื่อคือใคร กล่าวคือ เนื้อหาสื่อ (Media Content) เช่น รายการโทรทัศน์ ข่าวหนังสือพิมพ์ ล้วนมีส่วนประกอบที่ผู้ประกอบการสื่อสร้างขึ้น มีความหลากหลายตามลักษณะของสื่อแต่ละประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ใช้คำที่มีขนาดใหญ่ สะดุดตา และแบบตัวอักษร ภาพถ่าย สี การจัดหน้าที่แตกต่างกัน รายการโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ใช้การตัดต่อ มุกตลก และแสงสี รวมถึงเพลงประกอบและเสียงประกอบเข้ามาเสริมเติมแต่งในการเล่าเรื่อง

2) มีการใช้เทคนิคดึงดูดใจหรือไม่ และมีลักษณะอย่างไร กล่าวคือ เมื่อกล่าวถึงสื่อแต่ละแขนง อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ วิทยุทัศน์ ภาพยนตร์ และอินเทอร์เน็ตมีการใช้เทคนิคที่แตกต่างกันไป เช่น ภาพถ่ายระยะใกล้ๆ จะโน้มน้าวใจให้รู้สึกถึงความใกล้ชิด (โทรทัศน์และภาพยนตร์) ตัวอักษรขนาดใหญ่ในการพาดหัวข่าวเป็นสัญลักษณ์บอกว่าเรื่องนั้นๆ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญ จะเห็นได้ว่า ภาษาภาพและเสียงนี้ จะทำให้ผู้รับสื่อเข้าใจความหมายได้อย่างลึกซึ้ง เห็นคุณค่าและความน่ารื่นรมย์ของสื่อมากขึ้น

3) การตีความระหว่างผู้รับสารแต่ละคนแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร กล่าวคือ ผู้เปิดรับสื่อเป็นผู้ตีความเนื้อหาสาระ การตีความจึงแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ การดำเนินชีวิต อายุ เพศ การศึกษา วัฒนธรรม เช่น ผู้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 จะมีความรู้สึกร่วมภาพยนตร์เรื่องคู่กรรม มากกว่าผู้ชมรายอื่นๆ ผู้ปกครองและบุตรหลานที่ชมรายการโทรทัศน์รายการประเภทเดียวกันก็จะมีมุมมองในรายการดังกล่าวต่างกันด้วย

ถูกสร้างขึ้นมาจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยทำหน้าที่ในการเล่าเรื่องโดยการผสมผสานองค์ประกอบต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นสื่อจะต้องอาศัยการเตรียมการ การศึกษาค้นคว้า โดยกลุ่มผู้ผลิต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ทั้งของผู้ผลิตสื่อและกลุ่มเป้าหมายได้ อาทิเช่น การคัดเลือกนักแสดง โครงเรื่อง การดำเนินเรื่อง จะต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิต ทัศนคติ และพฤติกรรมทางสังคม โดยผ่านทางภาพ บทสนทนา คำพูด การเลือกใช้สถานที่ การแสดงฐานะ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่มีส่วนปลูกฝังค่านิยมให้กับผู้บริโภคสื่อ

4) ผู้ได้รับประโยชน์ที่แท้จริงจากการนำเสนอของสื่อคือใคร กล่าวคือ เมื่อสื่อถูกสร้างขึ้นมาจากเหตุผลหลายๆ ประการ แต่ประการหนึ่งที่สังเกตเห็นได้ชัดคือ เพื่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร จะมีการจัดหน้าไว้สำหรับการโฆษณาเป็นอันดับแรกก่อนการจัดพื้นที่ข่าวหรือเนื้อหาสาระ ในทัศนะที่คล้ายกันโฆษณาก็เป็นส่วนหนึ่งของรายการโทรทัศน์

โดยมุ่งที่จะสร้างกลุ่มเป้าหมายของตนเอง หรือแม้แต่การขยายขนาดของกลุ่มเป้าหมายด้วย สถานีหรือผู้ตีพิมพ์นิตยสารและหนังสือพิมพ์นั้น สามารถขายเวลาหรือพื้นที่ให้กับเจ้าของสินค้าที่มีความต้องการทำการตลาดโดยการโฆษณาสินค้าของตน ในลักษณะทั่วไปแล้วจะเรียกว่า ผู้สนับสนุนรายการหรือสปอนเซอร์ โดยผู้สนับสนุนจะจ่ายค่าเวลาตามจำนวนผู้ชมซึ่งสถานีคาดว่ากำลังดูโทรทัศน์อยู่ในช่วงเวลานั้น ซึ่งจะนำมากำหนดอัตราค่าโฆษณาที่สูงต่ำตามลำดับ

จากหลักการข้างต้นสอดคล้องกับกรอบคำถามสำหรับวิเคราะห์ วิพากษ์เนื้อหาที่เสนอแนะโดยสถาบัน Alliance for a Media Literate America ซึ่ง Kellner and Share (2007) ได้อธิบายถึงกรอบคำถามที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับผู้รับสื่อทุกช่วงวัย ประกอบด้วย กรอบคำถามสำหรับวิเคราะห์ผู้ผลิตและผู้รับสื่อ กรอบคำถามสำหรับวิเคราะห์สื่อและความหมาย และกรอบคำถามสำหรับวิเคราะห์การแสดงและความเป็นจริง

ในขณะที่ Thoman and Jolls (2008) ผู้ร่วมจัดทำหลักสูตร “การรู้เท่าทันสื่อ” ในประเทศสหรัฐอเมริกา และเป็นผู้ก่อตั้ง Center for Media Literacy ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสื่อไว้ 5 ประการ ได้แก่

- (1) สื่อเป็นสิ่งที่ที่ถูกสร้างขึ้นโดยบุคคลเพียงไม่กี่คน สื่อได้ผ่านขั้นตอนมากมายในการสร้าง ดังนั้นการรับสื่อของผู้รับสารเป็นการรับสื่อที่มีโครงสร้างและผ่านการปรุงแต่งเป็นที่เรียบร้อยแล้ว
- (2) ข้อความของสื่อเป็นภาษาที่ถูกสร้างขึ้นสำหรับสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจ เพิ่มความเพลิดเพลินและความรู้สึกแก่ผู้รับสาร ให้มีคล้อยตามไปกับสื่อ
- (3) ประสบการณ์ของผู้รับสารแต่ละคนที่มีต่อการรับรู้ในสื่อเดียวกัน มีความแตกต่างกัน เช่น อายุ การศึกษาที่สูงขึ้น อาจมีส่วนทำให้บุคคลแต่ละคนที่รับชมภาพยนตร์เรื่องเดียวกันมีความคิดเห็นต่อภาพยนตร์นั้นๆ แตกต่างกัน
- (4) สื่อมีพื้นฐานมาจากธุรกิจ กล่าวคือ ผลประโยชน์เป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดสื่อประเภทต่างๆ
- (5) สื่อสร้างค่านิยม และการประเมินคุณค่าของสิ่งต่างๆ ให้กับบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคให้คล้อยตาม

ในส่วนวิธีการอ่านภาษาของสื่อ โดยนิยามทั่วไปของคำว่า “เนื้อหา” มักถูกตีความหมายว่าเป็นสิ่งที่เขียนออกมา หรือพิมพ์ออกมาเป็นสัญลักษณ์อักษร แต่ในส่วนของการรู้เท่าทันสื่อได้ให้ความหมายของ “เนื้อหา” ว่าเป็นผลผลิตหรือการสร้างสรรค์ของสื่อ อาทิเช่น รายการโทรทัศน์

ภาพถ่าย วิดีโอ พาดหัวข่าว โฆษณา วิดีโอเกม เว็บไซต์ เป็นต้น เนื้อหาก็คือ สิ่งที่เราได้นำเสนอไปสู่ผู้ชม

ดังนั้น เนื้อหาสาระของสื่อจึงเป็นเป้าหมายหลักในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาษาของการที่จะสามารถรู้และเข้าใจความหมายในสิ่งที่สื่อได้ถ่ายทอดออกมา ผู้รับสารต้องอาศัยการถอดรหัส (Code) เข้ามาช่วย ซึ่งในการรู้เท่าทันสื่อเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์มากในการจัดจำแนกโครงสร้างของเนื้อหาสาร รวมถึงช่วยให้เข้าใจความหมายที่แอบแฝงหรือซ่อนอยู่ในเนื้อหาสาระต่างๆ เหล่านั้น และต้องเข้าใจด้วยว่าเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดออกมาไม่ได้มีความหมายตายตัว ฉะนั้นการตีความหมายจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้บริโภคสื่อที่จะทำให้เกิดความหมายขึ้น

รหัสของภาษาสื่อ (Code) ก็เปรียบเสมือนระบบไวยากรณ์ ตัวอักษรรวมกันเป็นคำๆ หลายคำรวมกันก็กลายเป็นประโยค หลายๆ ประโยครวมกันก็เป็นเรื่องราว เมื่อผู้รับสารเข้าใจข้อความต่างๆ ที่ผ่านทางประสารทสัมผัสทั้ง 5 ก็จะเกิดความเข้าใจในรหัสของภาษานั้นเอง แต่เนื่องจากเนื้อหาที่มีความหลากหลายทางรูปแบบ รหัสที่ใช้สร้างหมายจึงมีความแตกต่างกันออกไป เพราะเนื้อหาใช้รหัสหลายอย่าง เช่น ภาพ เสียง ข้อความ การแต่งกาย รหัสสี รหัสที่เป็นอวัจนภาษา (สีของใบหน้า ท่าทางต่างๆ ฯลฯ) นอกจากนี้รหัสทางเทคนิคที่สื่อนำมาผสมผสานประกอบกันให้เกิดความลงตัวเหมาะสมเพื่อให้ได้ความหมายที่ชัดเจน (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552) ได้แก่

1) รหัสการแต่งกาย จะมีความสัมพันธ์กับการแต่งกายตามกาลเทศะหรือตามสถานการณ์ เช่น ผู้คนที่ใส่ชุดสำหรับงานกลางคืน มักจะถูกมองว่าพวกเขาเหล่านั้นเป็นคนร่ำรวยหรูหราและเป็นผู้ใหญ่

2) รหัสสี มักจะมีความแตกต่างกันไปตามบริบททางวัฒนธรรม อาทิเช่นในประเทศไทย สีดำเป็นสีที่ใช้สำหรับไว้ทุกข์ แต่ในประเทศจีนจะไว้ทุกข์ด้วยสีขาว ส่วนสีแดงก็มีความหมายหลายอย่างเช่นกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทนำไปใช้ และองค์ประกอบแวดล้อมอื่นๆ หากกล่าวถึงสีแดงของสัญญาณไฟจราจรก็จะหมายถึง หยุด สีแดงยังอาจใช้เพื่อหมายถึงความตื่นเต้น ความมีพลัง ในแฟชั่นสำหรับผู้หญิง สีแดง หมายถึง ความมั่นใจและมีเสน่ห์ดึงดูดความสนใจ ผู้หญิงจึงมักแต่งกายด้วยสีแดง ทาลิปสติกสีแดงหรือทาเล็บสีแดง เพื่อแสดงออกถึงบุคลิกภาพบางอย่าง

3) รหัสที่เป็นอวัจนภาษา มักเป็นภาษาทางกาย ซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่ละวัฒนธรรม บางประเทศใช้การจับมือเพื่อเป็นการแสดงการทักทาย บางสังคมทักทายด้วยการจูบ การเอาก้นชนกัน สำหรับในประเทศไทยใช้การไหว้ เพื่อแสดงการทักทายและแสดงความเคารพ สำหรับเนื้อหาอวัจนภาษายังรวมถึงการแสดงสีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง ระยะห่างอีกด้วย

4) รหัสทางเทคนิค มักจะมีความสัมพันธ์กับวิธีการผลิตและการใช้สื่อ อาทิเช่น การถ่ายภาพจากมุมสูงจะให้อารมณ์ความรู้สึกเหมือนกับเป็นการมองจากเบื้องบน การถ่ายภาพตึกโดยการแหงนกล้องขึ้นจะให้ความรู้สึกลึบใหญ่ แข็งแรง เป็นต้น

ในขณะที่การตีความรหัสนั้น แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นแรกเป็นการตีความหมายโดยตรงจากสิ่งที่ถูกถ่ายทอดหรือแสดงออกมาอย่างชัดเจน ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้โดยไม่ต้องคาดเดา ส่วนการตีความหมายโดยนัย ต้องใช้ทั้งทักษะและประสบการณ์ของผู้รับสารเข้ามาเป็นส่วนเสริม เนื่องจาก ผู้ตีความหมายจะเพิ่มข้อมูลของตนลงไป และพยายามบอกว่าสารที่รับชมนั้นมีความหมายหรือสื่อถึงสิ่งใด

โดยใช้ทฤษฎีการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding and Decoding Theory) เป็นทฤษฎีที่จัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ของสำนักเบอร์มิงแฮม (Cultural Study) โดยมีแนวคิดมาจากเรื่องความเป็นจริง (Reality) ของนักภาษาศาสตร์ชาวสวิสผู้บุกเบิกทฤษฎีสัญวิทยาหรือสัญศาสตร์ ที่ได้อธิบายว่า “ภาษาเป็นตัวสร้างความจริง” ฉะนั้นจึงไม่มีสิ่งที่เรียกว่าความเป็นจริง จนกว่าจะมีผู้สร้างสิ่งๆ นั้นขึ้นมา

ซึ่ง “สื่อมวลชน” คือ ผู้สร้างความจริง โดยการ นำเสนอ ถ่ายทอด และเผยแพร่ ความจริงในรูปแบบรายการต่างๆ ให้แก่ผู้รับสาร และเมื่อกระบวนการสร้างและถ่ายทอดความจริงประสบผลสำเร็จก็จะเกิดความหมายร่วม (Share Meaning) ระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร ถึงความหมายนั้นๆ ที่ได้ถูกนำเสนอออกมา โดยกระบวนการนี้เรียกว่า “การเข้ารหัส” (Encoding) และ “การถอดรหัส” (Decoding) โดยมีขั้นตอนของกระบวนการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน (Hall, 1980) ได้แก่

1) ส่วนของผู้รับสารและผู้ส่งสาร เป็นระดับของกลุ่มคน และรหัสของผู้ส่งสารกับผู้รับสารเรียกว่า “ระบบรหัส” (Code System) ระบบรหัสของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่ได้จำกัดว่าต้องเป็นรหัสชุดเดียวกันเสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ อาทิ ประสบการณ์ ภูมิหลัง ระดับของการศึกษา อาชีพ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ จุดยืนทางการเมือง เพศ อายุ ชนชั้น อุดมการณ์ ฯลฯ ที่ส่งผลให้รหัสของผู้ส่งสารกับผู้รับสารไม่สอดคล้องกัน และการรับรู้ของผู้ชมหรือผู้รับสารจะเลือกรับตามคุณลักษณะของกลุ่มผู้รับสาร และในกลุ่มผู้รับสารเดียวกันนี้ยังสามารถตีความเนื้อหาสารที่ได้รับแตกต่างกันออกไป ซึ่งหลักแนวคิดการตีความเป็นเรื่องของการเลือกรับรู้ และเป็นการบริโภคลือโดยอัติวิสัย

ผู้ส่งสารไม่ได้เป็นเพียงผู้นำเสนอหรือถ่ายทอดเท่านั้น (Transmitor) แต่เป็น “ผู้ที่ได้เข้ารหัส” (Encoder) กล่าวคือ ผู้ส่งสารได้ส่งข้อมูลข่าวสาร และติดตั้งรหัสการถอดความหมายจากสารให้แก่ผู้รับสารไปพร้อมกัน โดยที่การถอดรหัสนั้นไม่จำเป็นต้องถูกต้องตามจุดมุ่งหมายของผู้

ส่งสาร แต่ผู้รับสารยังคงความหมายหลักสำคัญๆ เอาไว้ได้ อาทิเช่น การใช้ภาษา สื่อภาพ สื่อเสียง หรือสื่อประเภทอื่นๆ เนื่องจากในกระบวนการรับสาร ผู้รับสารจะเรียนรู้รหัสที่มีอยู่ไปด้วย

ในทางทฤษฎีนี้ถือว่า ข้อมูลข่าวสาร เป็นความจริงประเภทหนึ่ง จากแนวคิดเกี่ยวกับ “ความจริงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น” ฉะนั้นข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจึงไม่มีอยู่จริง จะมีเพียงแต่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้นมาแล้วเท่านั้น ในขั้นตอนของกระบวนการสร้างข่าวสารจากผู้ส่งสาร ไปสู่กระบวนการรับข้อมูลข่าวสารล้วนแต่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว (Active) และมีการตีความสอดคล้องอยู่ตลอดเวลา

2) ส่วนของขั้นตอนการสื่อสารสามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต (Production) ขั้นตอนเผยแพร่ (Circulation) ขั้นตอนการใช้หรือการบริโภค (Usage/Consumption) และขั้นตอนผลิตซ้ำ (Reproduction) ซึ่งตามแนวคิดของทฤษฎีการเข้ารหัสและการถอดรหัส จะมองว่ากระบวนการเข้ารหัสกับกระบวนการถอดรหัสนั้นจะต้องได้รับการควบคุมทุกๆ ขั้นตอน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในขั้นสุดท้ายเมื่อสารถูกนำเสนอไปยังผู้รับสารให้สอดคล้องกับความหมายของผู้ส่งสาร โดยการวิเคราะห์ขั้นตอนการสื่อสาร ได้แก่

(1) ขั้นตอนการผลิต (Production) สำหรับขั้นตอนนี้ ผู้ส่งสารจะต้องดำเนินการปฏิบัติด้านภาษา (Discursive Practice) โดยอาศัยองค์ประกอบหลายประการ เช่น การจัดการกรอบความหมายและแนวคิด (Framing Meaning and Ideas) องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน (Knowledge in Use) ทักษะด้านเทคนิค (Technical Skills) รวมถึงอุดมการณ์ทางวิชาชีพ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับสถาบันหรือองค์กรสื่อต่างๆ เข้าใจค่านิยมและความหลักความเชื่อต่างๆ ในทางสังคม มีภาพผู้รับสารอยู่ในใจ เป็นต้น จากองค์ประกอบที่ได้กล่าวถึง แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการผลิตของผู้ส่งสารว่ามีหลักเกณฑ์การทำงานและกลั่นกรองมาเป็นอย่างดี เพื่อให้สารที่ถูกนำเสนอออกไปมีประสิทธิภาพสามารถตอบจุดมุ่งหมายตามที่ผู้ส่งสารได้ตั้งเอาไว้

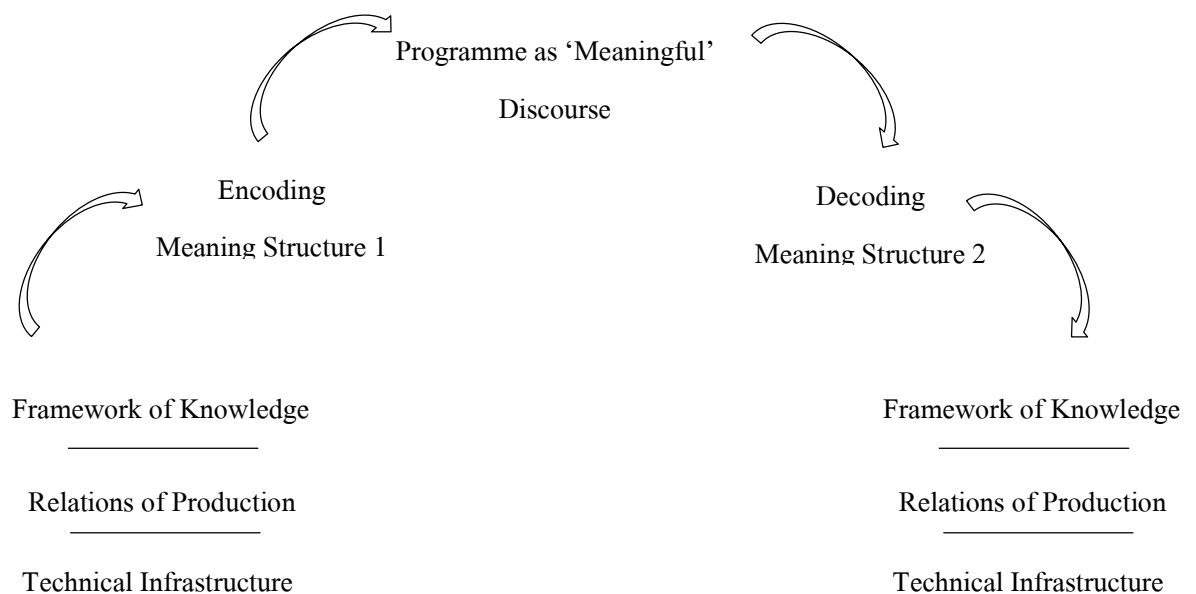
(2) ขั้นตอนเผยแพร่ (Circulation) เป็นช่องทางถ่ายทอดหรือส่งข้อมูลข่าวสารประเภทต่างๆ ออกไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งในการเผยแพร่นี้จะประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัว คือ ความถี่ของการเผยแพร่ ซึ่งโดยธรรมชาติของสื่อเป็นช่องทางสำหรับการส่งสาร กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่อย่างซ้ำๆ และดึงดูดใจในระดับสูง ย่อมมีโอกาสเข้าถึงผู้รับสารได้มากกว่า การเผยแพร่ที่มีขอบเขตจำกัดเกี่ยวกับการพิจารณาจุดเด่นจุดด้อยของสื่อประเภทนั้นๆ

(3) ขั้นตอนการใช้หรือการบริโภค (Usage/Consumption) กล่าวคือ “ข้อมูลข่าวสารไม่ได้สำคัญเพียงว่า ได้ผ่านการผลิตขึ้นมาอย่างไรเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงข้อมูลข่าวสารนั้นถูกรับรู้ได้อย่างไร” กล่าวโดยสรุปคือ สิ่งที่ผู้ชมหรือผู้รับสารได้กระทำไม่ใช่เพียงแค่อ่านความหมายที่อยู่ในเนื้อหาสารของผู้ส่งสารเท่านั้น แต่ผู้รับสารยังเอาตนเองเข้าไปสร้าง

ความหมายร่วมด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ในขณะที่ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อจะเป็นช่วงเวลาของการถอดรหัส (Decoding) ส่งผลให้ผู้รับสารจะมีความรู้สึกเป็นอิสระ จึงไม่จำเป็นว่าจะต้องอยู่ในช่วงเวลาของการเข้ารหัส (Encoding) เสมอไป

(4) ขั้นตอนผลิตซ้ำ (Reproduction) ในขั้นตอนนี้ หากวิเคราะห์หรือพิจารณาถึงความหมายสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ การผลิตซ้ำแบบคงความหมายเช่นเดิม กับ การผลิตซ้ำแบบเสนอความหมายใหม่ที่ขัดแย้งกับความหมายเดิม หรือขัดแย้งกับองค์ความรู้ที่ผู้รับสารมีอยู่และยอมรับ สำหรับการผลิตซ้ำแบบความหมายใหม่นี้จะต้องใช้การจัดระบบความหมายให้ถูกอ่านจากจุดยืนแบบ Preferred Reading ที่เข้มข้นกว่าการผลิตซ้ำแบบคงความหมายเดิม

ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปโครงสร้างของกระบวนการทางทฤษฎีการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Hall, 1980) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.6 แบบจำลองการเข้ารหัสและการถอดรหัส

แหล่งที่มา: Hall, 1980.

รวมทั้งทฤษฎีสัญวิทยาหรือทฤษฎีสัญศาสตร์ (Semiology/Semiotics Theory) เกิดจากการวางรากฐานวิชาที่เรียกว่า “สัญวิทยา” (Semiology) ของนักภาษาศาสตร์ชาวสวิส นามว่า “Ferdinand de Saussure” ซึ่งมีชีวิตอยู่ระหว่าง ปี ค.ศ. 1857 - 1913 ตั้งแต่ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 (Harris & Taylor, 1997; Robins, 2013)

โดยเริ่มจากการนำภาษาศาสตร์ (Linguistics) มาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาบทบาทของสัญญาณที่มีต่อสังคม ส่วนสัญศาสตร์ (Semiotics) สัมพันธ์กับพัฒนาการของปรัชญาโครงสร้างนิยม (Structuralism) ซึ่งโครงสร้างนิยมเป็นวิธีการวิเคราะห์เพื่อศึกษาและเปิดเผยโครงสร้างอัน “ล้าลึก” ที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังเปลือกนอก (Appearance) ของปรากฏการณ์ต่างๆ โดยที่ผู้รับไม่รู้ว่ามีโครงสร้างอันล้าลึกนี้เป็นกฎเกณฑ์ที่กำกับปรากฏการณ์ต่างๆ ในสังคม นับตั้งแต่ การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในบริบททางสังคม รวมถึงวิธีการเขียนหรือบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ทั้งที่ความเข้าใจในปรากฏการณ์ใดๆ ย่อมต้องผ่านโครงสร้างภาษา หรือเข้าใจได้ในฐานะที่เป็นภาษา (Cram, Linn, & Nowak, 1999; Koerner, 1985)

นอกจากนี้แล้วยังได้นิยาม “สัญญาณ” (Sign) ว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสองปัจจัย อันได้แก่ สัญญาณ (The Signifier) กล่าวคือ เป็นสิ่งที่มีความหมายหรือก่อให้เกิดความหมายแก่ “สัญญาณ” (The Signified) ซึ่งเป็น ตัวของความหมาย (Berger, 2013)

ต่อมา Charles Sanders Peirce (as cited in Short, 2007) ซึ่งมีชีวิตอยู่ในช่วง ปี ค.ศ. 1839 - 1914 ได้นำแนวคิดซูสเซอร์ (Saussure) ไปพัฒนาให้ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ในแบบจำลองไพรซ์ (Peirce) ได้อธิบายการสร้างความหมาย “Semiosis” ว่าเกิดขึ้นจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) สัญญาณ (sign) เป็นสิ่งซึ่งใช้แทนสิ่งอื่น 2) ความแปลหรือการตีความ (Interpretation) เป็นภาพในใจที่ถูกสร้างขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับสัญญาณ 3) วัตถุ (Object/Referent) เป็นสิ่งที่สัญญาณอ้างความถึง

โดยที่ทฤษฎีนี้จะให้ความสำคัญกับผู้ผลิตสื่อ (Producer) ว่าเป็นมากกว่าผู้ส่งสาร (Sender) นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับความคิดของผู้ชม มากกว่าการเป็นผู้รับสาร (Receiver) จะเห็นได้ว่าสัญศาสตร์จึงเป็นทั้งกระบวนการสร้างความหมาย (Signification) หรือนำเอาสัญญาณต่างๆ มาตีความหมายภายใต้ตัวบท (Text) อันเป็นผลทั้งหมดของการสื่อสาร (อรรถพร ปิณฑน์โอวาท, 2549)

“สัญศาสตร์” เป็นการสื่อความหมาย เมื่อมีการใช้สิ่งหนึ่งสิ่งใด (ก) ไปเป็นสื่อกระตุ้นให้เข้าใจในอีกสิ่งหนึ่ง (ข) กล่าวคือ “ก” สิ่งที่เป็นตัวตั้งทั้งนี้ยังสื่อความหมายโดยนัยไปถึง “ข” การเกาะเกี่ยวระหว่าง “ก” กับ “ข” ทำให้เกิดสัญญาณหรือสัญญาณ (Sign) ซึ่งเป็นหน่วยสื่อความหมาย ประกอบด้วยรูปสัญญาณ (Signifier) หรือ “ก” และความหมายของสัญญาณ (Signified) หรือ “ข” กล่าวอีกนัยหนึ่งคือรูปของสัญญาณจะมีลักษณะเป็นรูปธรรมสามารถจับต้องหรือมองเห็นได้ ส่วนความหมายสัญญาณมีลักษณะเป็นแนวความคิด การที่จะรับรู้ได้ต้องการกระบวนการตีความหรือแปลความตามรูปสัญญาณ อันเป็นการตีความหมายตามสัญญาณนิยมที่สามารถรับรู้กันโดยกลุ่มคน (อดุลย์เพ็ญรุ่งโรจน์, 2543)

ดังนั้นทฤษฎีสัญญาจึงอีกหนึ่งทฤษฎีที่ใช้เป็นทั้งตัวกำหนดและตัวจำแนกแยกแยะความหมายในทางวัฒนธรรม เป็นการนำเอาคติความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ สวมทับลงไปในเรื่องต่างๆ ที่ใช้อธิบายถึงรหัสต่างๆ ที่ผู้รับสารเคยมีประสบการณ์มาแต่เดิม

กล่าวโดยสรุปคือ กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาผู้รับสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อ ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ และมิติเพื่อการวิเคราะห์สื่อ

### 2.2.9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องทางออกของปัญหาการบริโภคสื่อโทรทัศน์ตามหลักพระพุทธศาสนา ที่ศึกษาพบว่า สื่อมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาและกลุ่มประเทศโลกที่สาม สื่อเป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึงและครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มในทุกพื้นที่ การบริโภคสื่อโดยขาดความรู้ ความเข้าใจและขาดวิจารณญาณสามารถนำความเสียหายมาสู่ตนเองมากมายเกินความคาดหมาย ซึ่งเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา และกำลังทวีความรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน เช่น ปัญหาของมนุษย์ที่เคลื่อนจากความสุขที่แท้จริง เป็นสังคมที่มีการแข่งขันรุนแรง แสวงหาความสุขจากวัตถุภายนอกเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้บริโภคจะต้องมีการศึกษา และพัฒนาองค์ความรู้จากภายในเพื่อให้รู้เท่าทันตน และรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเกราะป้องกันปัญหาที่ยั่งยืน มีการแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ประเด็น คือ ปัจจัยภายนอกประกอบด้วย ผลกระทบจากสื่อ ระบบทุนนิยมโลก ลัทธิบริโภคนิยม ฯลฯ และปัจจัยภายในประกอบด้วย การเปิดรับสื่อที่ไม่ถูกต้อง มีความคิด ความเชื่อ และทัศนคติที่ไม่ถูกต้อง ฯลฯ (พระณัฐพงษ์ กฤตยวงศ์ (คุณเฑาะ), 2552) รวมทั้งผลการวิจัยเรื่องการสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารในทุกรูปแบบล้วนส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่นไม่อาจแยกออกจากกันได้โดยเด็ดขาด ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสัมมาทิฐิ (ความคิดที่ถูกต้อง) มีลักษณะของรูปแบบและกระบวนการคือ การทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น (ปรโตโมหะ) หรือเรียกว่าได้อีกอย่างหนึ่งว่า “ปัจจัยภายนอก” และการทำการสื่อสารกับตนเอง (โยนิโสมนสิการ) โดยทำการสื่อสารตามแนวทางการประพฤติปฏิบัติ ในศีล สมาธิ ปัญญา อันเป็นกระบวนการทางความคิดอย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดทั้งประโยชน์ตนและประโยชน์ท่านไปพร้อมกัน จากองค์ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติด้านการสื่อสารเชิงพุทธที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่สังเคราะห์ได้จากการศึกษาโดยมีหลักการปฏิบัติที่สำคัญคือควรมีการสื่อสารด้วยสติ (ทัศนีย์ เจนวิธิ

สุข, 2554) ขณะที่ McQuail (1997) ได้แบ่งปัจจัยที่ส่งต่อการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยภายนอกของผู้รับสาร ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ 2) ปัจจัยภายในของผู้รับสาร ประกอบด้วย ทักษะคิด ค่านิยม ความคิดเห็น ปัจจัยที่กล่าวถึงข้างต้นมีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ กล่าวคือ บุคคลที่มีลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

จากการศึกษางานวิจัยและหนังสือเรื่อง “การวิเคราะห์ผู้รับสาร” แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งพบว่าตัวแปร อายุ การศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร สามารถอธิบายได้ว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูง และมีรายได้ มักจะสนใจสื่อสิ่งพิมพ์ที่สนองความต้องการอันเป็นสาระที่เป็นประโยชน์ และเปิดรับสื่อด้านบันเทิงน้อย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) นอกจากนี้ ยังพบตัวอย่างงานวิจัยที่พบความสัมพันธ์ของตัวแปรทางประชากรกับการสื่อสาร เช่น ปริมาณและแผนการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับช่วงวัยที่เปลี่ยนไป กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงของวงจรชีวิต (Life Cycle) จะส่งผลกระทบต่อปริมาณการใช้สื่อ

สรุปได้ว่า การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นๆ ก็จะมีผลแตกต่างกันไปด้วย

ในขณะที่ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม จากงานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อการรับรู้เกี่ยวกับสังคมตะวันตกและการใช้ชีวิตแบบสังคมตะวันตกของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ครอบครัวเป็นสถาบันที่มีความสำคัญอันดับต้นๆ ในการสร้างประสบการณ์ จัดเวลา และปลูกฝังทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ดังนั้นครอบครัวจึงมีผลต่อการสร้างพฤติกรรม และการรับรู้ของบุคคลแต่ละบุคคลได้เสมอ ซึ่งมีปัจจัยบางปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้ว่าการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองอาจจะมีส่วนต่อการรู้เท่าทันสื่อของเด็กๆ ด้วย (ชลธิพร เชวงศักดิ์โสภาคย์, 2541) สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตการประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งได้ทำการศึกษาการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยแนวคิดเรื่องความรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ต (Internet Literacy) เป็นการนำหลักแนวคิดมาจากการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เกรดเฉลี่ย มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูง จะมีระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตที่สูงเช่นกัน และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักเรียนต่างหลักสูตรกันพบว่า ผลสรุปคะแนนการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างกันด้วย (จินดารัตน์ บวรบริหาร, 2548)

ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ จากบทความวิชาการเรื่อง “Instrumental Utilities and Information Seeking” พบว่า บุคคลที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างกว้างขวาง จะมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลที่สูงขึ้น ส่งผลให้บุคคลนั้นๆ เป็นบุคคลที่มีทักษะการรู้เท่าทันหรือรู้ทันสภาวะของสื่อ ได้ดี (Atkin, 1973) นอกจากนี้ จากบทความวิชาการเรื่อง “Television and Socialization of Young Children” ได้อธิบายถึงผลกระทบและการรู้คิดของผู้รับสารว่า หัวข้อและประเภทรายการโทรทัศน์ที่ผู้รับสารดูสำคัญกว่าความถี่และปริมาณเวลาที่ผู้รับสารได้ดูโทรทัศน์ ทั้งนี้ความต้องการของผู้รับสารจะเปลี่ยนไปตามระดับความเข้าใจ กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารมีพัฒนาการทางความคิดที่กว้างขึ้น ก็จะมีความต้องการเปิดรับเนื้อหาสาระที่มีความซับซ้อนมากขึ้น (Huston & Wright, 1996) กับงานวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณาในสื่อมวลชน” พบว่า ความเข้าใจในสื่อโฆษณาและประสบการณ์เปิดรับสื่อ ส่งผลให้ผู้อ่านนิตยสารสามารถแยกบทความเชิงโฆษณาและบทความธรรมดาได้ นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงรูปแบบกลยุทธ์ในการโฆษณาและเข้าใจคำศัพท์เฉพาะในงานโฆษณานั้นๆ กล่าวคือ มีความเข้าใจในสื่อโฆษณาและประสบการณ์เปิดรับสื่อจะส่งผลให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ (พิริยา จารุเศรษฐการ, 2549) รวมทั้งงานวิจัยเรื่อง “ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและพฤติกรรมการป้องกันตัวเองของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ ประสบการณ์การใช้ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ กล่าวคือ ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมาก คือ ผู้ที่มีความคุ้นเคยและมีโอกาสในการฝึกฝนทักษะการใช้ทั้งด้านค้นหาสารสนเทศ และการติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายมากกว่าผู้ที่ไม่มีความคุ้นเคยหรือผู้ที่ใช้บ่อย (จินดารัตน์ บวรบริหาร, 2548)

นอกจากนี้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับตัวแปรอื่นๆ จากหนังสือเรื่อง “Freedom to Learn” พบว่า การรู้หนังสือ การได้รับศึกษา สภาพทางสังคม อายุ การติดต่อกับสังคมภายนอก เป็นตัวแปรต้นที่นำไปสู่กระบวนการเปิดรับสื่อมวลชน (Rogers & Freiberg, 1969) กล่าวคือ การเปิดรับสื่อมวลชนช่วยให้บุคคลที่ล้าหลังได้มีโอกาสเข้าถึงหรือสัมผัสกับแนวคิดที่แปลกใหม่ เห็นถึงความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมจากสังคมอื่นๆ โดยบุคคลที่รู้หนังสือ มีการศึกษาที่ดี มีสถานภาพทางสังคมที่สูง และมีประสบการณ์กับสังคมภายนอกจะเปิดรับสื่อมวลชน ซึ่งการเปิดรับสื่อมวลชนนี้ จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการเข้าใจถึงบทบาทของบุคคลอื่น เกิดความกล้าที่จะยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ มีความรู้ทางการเมือง มีแรงจูงใจใฝ่รู้ และมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาและประกอบอาชีพด้วยความเข้าใจในขณะเดียวกัน ทักษะ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและความต้องการของมนุษย์ ก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่

2.2.9.1 ด้านทัศนคติ ความหมายของทัศนคติ ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ อาทิ Munn (1971) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกหรือความคิดเห็นของบุคคล ที่มีต่อสิ่งของ

บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้ บุคคล พร้อมทั้งจะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด ในขณะที่ Rogers (1978) ได้กล่าวถึง ทักษะคิด ไว้ว่า เป็นดัชนีที่ใช้ชี้ว่าบุคคลนั้น มีความคิดเห็นและรู้สึกเช่นใดต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยทักษะคิดนั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมในขั้นต่อไป

ทางด้านของ จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2547) ได้อธิบายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกที่สามารถสังเกตเห็นได้ มักจะถูกสันนิษฐานว่าเป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งๆ นั้น นอกจากนี้ยัง พบว่า ได้มีการนิยามความหมายของ “ทัศนคติ” ไว้ถึง 3 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ 1) ทัศนคติ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นในลักษณะชอบหรือไม่ชอบที่ค่อนข้างจะมีความคงที่ ซึ่งแสดงถึงความเกี่ยวข้องระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมไว้ด้วยกัน 2) ทัศนคติ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมี พฤติกรรมได้ตอบ ในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้นๆ และ 3) ทัศนคติ หมายถึง เรื่องของจิตใจ ทำที่ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และสถานการณ์ที่เผชิญ ซึ่งเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งมีผลทำให้การแสดงพฤติกรรมนั้นๆ ออกมา ประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึก

1) การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation) ตามแนวคิดของ Allport (1975) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับทัศนคติไว้ว่าอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่

(1) เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งได้รับมาจากการอบรมเลี้ยงดู วัฒนธรรม และประเพณี ทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติจากบุคคลใกล้ชิดแล้วนำมาปฏิบัติตาม

(2) เกิดจากความสามารถในการวิเคราะห์แยกแยะความแตกต่าง ยกตัวอย่างเช่น การแยกสิ่งดีกับสิ่งไม่ดี โดยที่วัยก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการกระทำที่แตกต่างกัน

(3) เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น นักศึกษาบางคนมีทัศนคติไม่ดีต่ออาจารย์ เพราะอาจเคยถูกตำหนิ แต่นักศึกษาบางคนกลับมีทัศนคติที่ดี เพราะมักได้รับคำชมเชย

(4) เกิดจากการเลียนแบบซึ่งเป็นการรับหรือนำเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น เด็กอาจรับทัศนคติจากพ่อแม่หรือครูที่ชื่นชอบมาเป็นทัศนคติของตนได้

ในขณะที่ ประภาเพ็ญ สุวรรณ ได้กล่าวถึงการเกิดทัศนคติไว้ว่า เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ซึ่งแหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่สำคัญสามารถจำแนกได้ 4 แหล่ง (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520) ได้แก่

(1) ประสบการณ์เฉพาะ (Specific Experience) กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้รับประสบการณ์เฉพาะเจาะจงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดทั้งในทางที่ดีและไม่ดี มักจะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่สอดคล้องกันกับประสบการณ์ที่มีมาก่อน

(2) การติดต่อสื่อสารกับบุคคล (Communication with Others) กล่าวคือ ทัศนคติ ที่เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่น มักมีผลต่อการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมตามที่เคยรับรู้มา

(3) สิ่งที่เป็นตัวต้นแบบ (Models) กล่าวคือ การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ ยกตัวอย่างเช่น เด็กที่เชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบ หรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

(4) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) กล่าวคือ ทัศนคติต่างๆ ของบุคคลมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน อาทิ ครอบครัว โรงเรียน วัฒนธรรม และองค์กร เป็นต้น

นอกจากนี้ ได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพื่อทำให้เกิดความชัดเจนจากหลากหลายทัศนะซึ่งสามารถสรุปได้ได้แก่

2) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change) สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ

(1) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติแบบสอดคล้องกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางใดทางหนึ่งเพียงทางเดียว

(2) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติแบบไม่สอดคล้องกัน หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางตรงกันข้าม

ซึ่ง Kelman (1961) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยมีความเชื่อว่า ทัศนคติที่สอดคล้องกันอาจเกิดขึ้นในตัวบุคคลด้วยวิธีที่แตกต่างกัน โดยสามารถจำแนกกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติออกเป็น 3 ประการ ได้แก่

1) การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตนเอง และมุ่งหวังจะได้รับ ความพึงพอใจจากบุคคลหรือกลุ่มของบุคคลที่มีอิทธิพลนั้นๆ การที่บุคคลยอมกระทำตามสิ่งที่อยากให้เขากระทำนั้น ไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะการคาดหวังว่า จะได้รับรางวัล หรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วย และกระทำตาม ดังนั้นความพึงพอใจที่ได้รับจากการยอมกระทำตามนั้นเป็นผลสืบเนื่องมาจาก อิทธิพลทางสังคม หรืออิทธิพลจากสิ่งที่ก่อให้เกิดการยอมรับสิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ การยอมรับที่จะกระทำตามนี้ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด ซึ่งจะมียุทธศาสตร์ทำให้บุคคลยอมปฏิบัติตามมากหรือน้อย ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนหรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

2) การเลียนแบบ (Identification) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจาก การที่บุคคลต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ที่พึงพอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่นจากการเลียนแบบนี้ ทักษะคิดของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย มักขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวคือ การเลียนแบบ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทักษะคิดที่ซึ่งผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับว่าความน่าเชื่อถือ การโน้มน้าวใจ ของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร บุคคลจะรับเอาบทบาททั้งหมดของคนอื่นมาเป็นของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน โดยที่บุคคลจะมีความเชื่อในสิ่งที่ตนเองได้เลียนแบบ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียด ในการเลียนแบบทักษะคิดของบุคคล จะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ

3) การเปลี่ยนแปลงปลูกฝัง (Internalization) เป็นความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า รวมถึงสอดคล้องกับความต้องการภายใน ค่านิยมของตนเอง พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่ในตนเอง ส่วนความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ถ้าความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามแล้ว มักจะมีผลต่อการเปลี่ยนทักษะคิดทั้งสิ้น

นอกจากนี้องค์ประกอบอื่นๆ ในกระบวนการสื่อสาร อาทิ คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสารตลอดจนช่องทางในการสื่อสารล้วนมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทักษะคิดได้ทั้งเช่นกัน ในขณะเดียวกันนี้ ทักษะคิดของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนแต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข้อมูลข่าวสาร การชวนเชื่อ การโน้มน้าวใจ และสิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น และอาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ ยกตัวอย่างเช่น กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เป็นต้น

2.2.9.2 ด้านพฤติกรรม (Behavior) หมายถึง กิริยาอาการที่แสดงออกทุกรูปแบบของสิ่งมีชีวิต เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอก ซึ่งเป็นการแสดงออกที่เห็นได้จากการกระทำ โดยรูปแบบของพฤติกรรมต่างๆ นั้นเป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันของพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมสามารถจำแนกได้ 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมที่ติดตัวมาแต่กำเนิด (Inherited Behavior) และพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Behavior) พฤติกรรมของมนุษย์ทั้ง 2 ประเภทนั้น สามารถอธิบายได้ ได้แก่

1) พฤติกรรมที่ติดตัวมาแต่กำเนิด หรือโดยสัญชาตญาณ เป็นพฤติกรรมที่ติดตัวมากับบุคคล ตั้งแต่กำเนิดโดยที่บุคคลไม่ได้เรียนรู้ หรือเกิดจากการฝึกฝนด้วยตนเอง เป็นพฤติกรรมที่ได้มาโดยธรรมชาติหรือที่เรียกว่า “สัญชาตญาณ” ยกตัวอย่างเช่น การร้องไห้ การหัวเราะ อาการตัวสั่นเมื่อตกใจ เป็นต้น

2) พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ เป็นพฤติกรรมที่ได้มาจากการสังเกตและจดจำ หรือเกิดจากการฝึกฝนด้วยตนเอง โดยได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมของกลุ่มหรือของสังคม ตลอดจนอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์

ซึ่งพฤติกรรมการเรียนรู้ตามจุดมุ่งหมายตามแนวคิดของ Bloom (1956) ได้มุ่งพัฒนาใน 3 ด้าน ได้แก่

(1) ด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) เป็นการเรียนรู้ที่เป็นความสามารถทางสมองครอบคลุมพฤติกรรมประเภท ความจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์และประเมินผล

(2) ด้านเจตพิสัย (Affective Domain) เป็นการเรียนรู้ที่เปลี่ยนแปลงด้านความรู้สึก ครอบคลุมพฤติกรรมประเภท ความรู้สึก ความสนใจ ทศนคติ การประเมินค่าและค่านิยม

(3) ด้านทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นการเรียนรู้ที่เป็นความสามารถด้านการปฏิบัติครอบคลุมพฤติกรรมประเภทการเคลื่อนไหว การกระทำ การปฏิบัติงาน การมีทักษะและความชำนาญ

ในขณะเดียวกัน Dollard and Miller (1950) ได้อธิบายองค์ประกอบของการเรียนรู้ไว้ 4 ประการ ได้แก่

(1) แรงขับ (Drive) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวของปัจเจกบุคคล ซึ่งเป็นความพร้อมที่จะเรียนรู้ของบุคคลทั้งสมอง ระบบประสาทสัมผัส และกล้ามเนื้อ แรงขับและความพร้อมเหล่านี้จะก่อให้เกิดปฏิกิริยา หรือพฤติกรรมที่จะชักนำไปสู่การเรียนรู้ต่อไป

(2) สิ่งเร้า (Stimulus) เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นตัวการที่ทำให้บุคคลมีปฏิกิริยาหรือแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นๆ

(3) การตอบสนอง (Response) เป็นปฏิกิริยา หรือพฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกมาเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้า ทั้งส่วนที่สังเกตเห็นได้และส่วนที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ อาทิ การเคลื่อนไหว ท่าทาง คำพูด ความคิด การรับรู้ ความสนใจ และความรู้สึก เป็นต้น

(4) การเสริมแรง (Reinforcement) เป็นการให้สิ่งที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอันมีผลในการเพิ่มพลังให้เกิดการเชื่อมโยง ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองเพิ่มขึ้น การเสริมแรงจึงมีทั้งบวกและลบ ซึ่งมีผลต่อการเรียนรู้ของบุคคลอย่างมาก

นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงการเกิดการเรียนรู้ว่าสามารถนำไปใช้ในการกระตุ้นความสนใจแก่บุคคลที่เข้าร่วมในกิจกรรมนั้นๆ โดยผ่านการเรียนรู้ 2 รูปแบบ (Dollard & Miller, 1950) คือ

(1) การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง เป็นประสบการณ์ที่บุคคลได้พบหรือสัมผัสด้วยตนเอง

(2) การเรียนรู้จากประสบการณ์ทางอ้อม เป็นประสบการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยตรงกับผู้เรียนรู้แต่อาจได้รับประสบการณ์ทางอ้อมจาก การอบรมสั่งสอนหรือการบอกเล่า การอ่านหนังสือต่างๆ และการรับรู้จากสื่อ

การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ยังสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการเรียนรู้การวางเงื่อนไขแบบการกระทำ (Operant Conditioning Theory) ของ (Skinner, 1965) ส่วนการเรียนรู้จากประสบการณ์ทางอ้อมนั้นสามารถอธิบายได้ด้วย ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory) ของ (Bandura, 2011)

ในขณะที่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ สามารถจำแนกได้เป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

(1) การปรับเปลี่ยนทางด้านสรีระร่างกาย อาทิ การปรับปรุงบุคลิกภาพ การแต่งกาย การพูด เป็นต้น

(2) การปรับเปลี่ยนทางด้านอารมณ์และรู้สึกนึกคิดให้มีความสอดคล้องกับบุคคลอื่น เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดี

(3) การปรับเปลี่ยนทางด้านสติปัญญา อาทิ การศึกษาค้นคว้าเพื่อให้มีความรู้ที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และความคิดของคนใน

(4) การปรับเปลี่ยนอุดมคติ เป็นความสามารถในการพัฒนาหลักการแนวทางบางส่วนบางตอนเพื่อให้เข้ากับบริบทของสังคม โดยพิจารณาจากความจำเป็น และ

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนร่วม และเพื่อสวัสดิภาพของตนเองและของกลุ่ม

กล่าวโดยสรุป คือ กลไกที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมนั้นจะต้องประกอบด้วย สิ่งเร้าหรือตัวกระตุ้น (Stimulus) และเหตุจูงใจ (Motivations) อันเป็นความพร้อมภายในร่างกายก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา ยกตัวอย่างเช่น ความคิด ความกระหาย เป็นต้น

2.2.9.3 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม ทัศนคติกับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ที่ส่งผลเกี่ยวเนื่องกัน กล่าวคือ ทัศนคติทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ในขณะเดียวกัน การแสดงพฤติกรรมของบุคคลมีผลต่อทัศนคติของบุคคลด้วยเช่นกัน

จากแนวคิดของ Triandis (1971) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม ทั้งนี้เนื่องมาจากพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจาก ทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม นิสัย และผลที่คาดหวัง หากทัศนคติของบุคคลมีความสอดคล้องกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่มก็จะเป็นการเสริมแรง (Reinforcement) ให้กับทัศนคตินั้นมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามก็อาจจะเป็นการลดการเสริมแรงหรือการลงโทษ (Punishment) ถ้าหากบุคคลนั้นมีทัศนคติไม่สอดคล้องกับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานของกลุ่ม ซึ่งอาจจะใช้วิธีการพิจารณา ได้แก่

- 1) การยึดติดอยู่กับกลุ่ม ทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ยากที่สุด ถ้าการเปลี่ยนแปลงนั้น เป็นความพยายามของบุคคลภายนอก
- 2) การสนับสนุน หรือเห็นด้วยกับทัศนคติ บางอย่างของสมาชิกในกลุ่ม แม้เพียง 1 คนก็อาจจะสามารถลดอิทธิพลของกลุ่มใหญ่ที่มีต่อทัศนคติของสมาชิกในกลุ่มได้
- 3) การยึดมั่นในความคิดหรือทัศนคติบางอย่างของสมาชิกในกลุ่ม แม้เพียง 1 คนก็อาจจะมีอิทธิพลต่อสมาชิกในกลุ่มได้
- 4) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยใช้อิทธิพลทางสังคม (Attitude Change : Social Influence) อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในระดับที่สูง เพราะขณะที่บุคคลกำลังตัดสินใจ ย่อมมีกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญ ต่อผู้เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่บุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อน เป็นต้น

จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัย พบว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเป็นผลกระทบที่เป็นไปได้จากการเรียนรู้ และเป็นองค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาและการเรียนรู้ของคน ได้แก่

- 1) ทฤษฎีความสอดคล้อง (Consistency Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้ และการรู้คิด (Affective-Cognitive Consistency Theory) ที่ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความเชื่อ (Believes) กล่าวคือ การสื่อสารสามารถจูงใจและทำให้

เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้ และทัศนคติ โดยเปลี่ยนองค์ประกอบทางการรู้คิดของทัศนคติ (Abelson, 1968)

เช่นเดียวกับทฤษฎีสื่อที่ว่าด้วยการชวนเชื่อหรือโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda Theory) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการค้นคว้าอย่างจริงจังโดย Lasswell (1939) ซึ่งมองว่าการชวนเชื่อไม่ได้มีผลสัมฤทธิ์ในตัวของมันเอง หากแต่ใช้ประโยชน์จากหลักการทางจิตวิทยาของ Freud, Strachey, and Freud (2007) มาอธิบาย โดยมองว่าสื่อมวลชนเป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการสื่อสารโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อโน้มน้าวความคิดเห็น และการกระทำต่างๆ ของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลต่อสภาพจิตและการกระทำของมนุษย์ จิตที่เปราะบางของผู้รับสารเป็นประโยชน์ต่อการชวนเชื่ออย่างยิ่ง เมื่อผู้รับสารได้รับการคุกคามจากสื่อของรัฐย่อมส่งผลต่อชีวิตส่วนตัวของผู้รับสารเอง

Lasswell (1934 as cited in Baran & Davis, 2011) เรียกกระบวนการโฆษณาชวนเชื่อนี้ว่า “การปลูกฝัง” (Cultivation) โดยผู้ส่งสารจะวางแผนกลยุทธ์และเลือกวิธีการนำเสนอและเลือกใช้สัญลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสาร เมื่อกลยุทธ์การปลูกฝังทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะเกิดการสร้าง “สัญลักษณ์ร่วมขึ้นมา” (Collective/Master Symbols) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งประกอบไปด้วยการใช้เวลาสั่งสมอย่างต่อเนื่องยาวนานรวมทั้งการเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ ประกอบกัน

ทั้งนี้ยังมีการสาธิตศาสตร์ Lippmann (1946) ได้สนับสนุนและเห็นพ้องกับแนวคิดคลาสสิกเกี่ยวกับความสามารถของคนโดยเฉลี่ยเชื่อในโลกทางสังคม และตัดสินใจอย่างมีเหตุผลในสิ่งที่พวกเขาได้กระทำทั้งนี้ ยังชี้ให้เห็นว่าโลกภายนอกกับโลกในอุดมคติของมนุษย์มีความแตกต่างอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

กระทั่งได้เกิดสำนักคิดปฏิบัติการณ์นิยม (Pragmatism) ซึ่งเป็นสำนักคิดที่เน้นย้ำการนำเอาความรู้ไปปฏิบัติ โดยใช้องค์ความรู้เป็นเครื่องมือในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ความจริงและควบคุม ซึ่งสำนักคิดปฏิบัติการณ์นิยมนี้มีความเชื่อว่าคนที่มีการศึกษาจะคิดในเชิงวิพากษ์ได้โดยเฉพาะกับเนื้อหาของสื่อ และจะนำมาใช้อย่างรู้เท่าทันสื่อ ดังนั้นรัฐต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ในเรื่องสาธารณะและการอภิปรายความเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะได้ การรู้เท่าทันการชวนเชื่อขึ้นจำเป็นต้องรู้เทคนิคในการชวนเชื่อซึ่งประกอบด้วยลักษณะ 7 ประการ (Baran & Davis, 2011) ได้แก่

(1) การเรียกชื่อ (Name-Calling) เป็นการสร้างความไม่ไว้วางใจในระบบด้วยการกำหนดชื่อต่างๆ โดยตั้งชื่อในเชิงลบ

(2) ข้อความทั่วไปที่สร้างสรรค์บรรเจิด (Glittering Generality) อาทิ เช่น การสร้างคำขวัญด้วยข้อความที่จับใจไม่จำเป็นต้องมีหลักฐานมาสนับสนุน

(3) การถ่ายโอน (Transfer) กล่าวคือ อำนาจแห่งสาธารณชนถูกมอบหมายถ่ายโอนให้แก่ผู้มีอำนาจหน้าที่

(4) การให้เกียรติหรือการรับรอง (Testimonial) เป็นการรับรองแก่ผู้ที่สนับสนุนการชวนเชื่อด้วยการส่งเสริมความคิดของคนในกลุ่มชนชั้นนำ

(5) การเป็นสามัญชนธรรมดา (Plain Folks) อธิบายได้ว่าทุกคนเป็นประชาชนเหมือนกันหมดไม่ได้มีความแตกต่างกัน

(6) การโหนกระแส (Bandwagon) เป็นการทำให้ประชาชนเกิดการโน้มน้าวใจมาเข้าข้างโดยไม่สนใจว่าจะต้องโกหกมากน้อยเพียงใด

(7) การสลับไพ่ (Card-Stacking) กล่าวคือ ไม่ใช่ทุกคนจะได้สิ่งเหมือนกัน มีเพียงคนบางกลุ่มเท่านั้นที่จะเป็นผู้ตัดสินใจไม่ใช่สาธารณชน อันเป็นการสนับสนุนอัตตาธิปไตย

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทฤษฎีการชวนเชื่อเป็นทฤษฎีระบบของงานสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ความเชื่อของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังสามารถส่งผลกระทบต่อความเป็นส่วนตัว สังคม และวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่สร้างอำนาจให้สื่อส่งผลกระทบต่อการใช้ในการรณรงค์เพื่อบ่มเพาะหรือปลูกฝังสัญลักษณ์ที่ต้องการให้ครอบงำสังคม โดยการสอดแทรก คัดความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ลงไปในเนื้อหาสารที่น่าเสนอโดยสื่อหรือถูกสื่อสร้างขึ้น

2) ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของการกระตุ้นของสถานการณ์ในการติดต่อสื่อสาร เมื่อทัศนคติจะมีการเปลี่ยนแปลงนั้น เกิดจากการเข้าแทนที่ด้วยความตั้งใจหรือเจตนา ความเข้าใจและการยอมรับของบุคคล ในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ยกตัวอย่างเช่น ผลลัพธ์จากประสบการณ์ที่ผ่านมามีต่อบริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง (Mowrer, 1960)

เช่นเดียวกับทฤษฎีการปลูกฝังได้รับการพัฒนาขึ้นโดย Gerbner (1998) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้ศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อมวลชนในสังคม หลักของทฤษฎีการบ่มเพาะวัฒนธรรมเป็นแนวทางที่เชื่อว่าโทรทัศน์สามารถบ่มเพาะหรือสร้างสรรค์โลกทัศน์ให้กับประชาชนหรือผู้รับสารโดยไม่คำนึงว่าจะถูกหรือผิด เมื่อผู้รับสารได้รับชมโทรทัศน์แล้วก็จะมีความเชื่อเช่นนั้น สำหรับวิเคราะห์การบ่มเพาะวัฒนธรรมนี้เป็นการศึกษาที่เน้นไปในทางประจักษ์นิยมที่คำนึงถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อวัฒนธรรมโดยมีกระบวนการบ่มเพาะหรือปลูกฝังวัฒนธรรมอยู่ 4 ขั้นตอน (Signorielli & Morgan, 1990) ได้แก่

(1) ชั้นวิเคราะห์ระบบสารเป็นการศึกษาถึงสาระในชั้นรายละเอียดจากสื่อเพื่อประเมินการนำเสนอที่ซ้ำและเป็นไปอย่างคงเส้นคงวาไม่ว่าจะเป็นเรื่องของภาพลักษณ์แก่นเรื่อง ค่านิยม และการพรรณนาถึงตัวละคร เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ผู้วิจัยมักนิยมนศึกษาด้วยการเจงนับสาระที่ปรากฏซ้ำๆ ในสื่อประเภทต่างๆ

(2) ชั้นกำหนดคำถามเกี่ยวกับความจริงทางสังคมตามมุมมองของผู้รับสาร กล่าวคือ เป็นการให้คำจำกัดความในเรื่องความรุนแรง หรือพฤติกรรมของตัวละครที่เป็นแบบอย่าง

(3) ชั้นสำรวจผู้รับสารที่มีต่อคำถามเกี่ยวกับความจริงทางสังคม กล่าวคือ ผู้รับสารสามารถจดจำสิ่งได้บ้างเกี่ยวกับการรับชมสื่อประเภทต่างๆ

(4) ชั้นเปรียบเทียบผู้รับสารเกี่ยวกับความจริงทางสังคม กล่าวคือ เป็นศึกษาผู้เปิดรับสื่อในระดับที่น้อยกับผู้เปิดรับสื่อในระดับที่มากหรือผู้เสพติดสื่อ มีความแตกต่างหรือคล้ายคลึงกันอย่างไร

โดยทั้ง 4 ขั้นตอนจะให้ความรู้ทั้ง 2 ด้าน คือ จากสื่อและจากตัวผู้รับสาร พร้อมทั้งสามารถนำมาเปรียบเทียบผลของการรับชมได้ ในการบ่มเพาะหรือปลูกฝังวัฒนธรรมอาจทำได้ 2 วิธีทางได้แก่

(1) การสร้างกระแสหลัก (Mainstreaming) กล่าวคือ กระบวนการเปิดรับสื่อของผู้รับชมรายการอย่างเสพติดจะทำให้ถูกครอบงำโดยสัญลักษณ์จากสื่อประเภทต่างๆ ที่มีผลต่อโลกทัศน์

(2) การสอดคล้องหรือพ้องกับชีวิตจริง (Resonance) เป็นการบ่มเพาะหรือปลูกฝังวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นอย่างซ้ำๆ กับผู้รับสาร หรืออีกนัยหนึ่งคือเมื่อผู้รับสารเห็นสิ่งต่างๆ ในสื่อแต่ละประเภท และสิ่งเหล่านั้นมีความสอดคล้องหรือพ้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ในชีวิตประจำวัน เท่ากับว่าผู้รับสารได้รับการปลูกฝังเพิ่มเป็นสองเท่า

“ทฤษฎีการบ่มเพาะวัฒนธรรมหรือทฤษฎีการปลูกฝัง” Gerbner, Gross, Morgan, and Signorielli (1980) ได้สรุปข้อค้นพบว่า “สื่อ” (โทรทัศน์) มีบทบาทในลักษณะของ 3B ได้แก่

(1) สื่อสร้างความไม่กระจ่างชัด (Blurring) สื่อจะค่อยๆ ลบภาพหรือทำให้โลกของความเป็นจริงที่คนเคยมีหรืออาจจะมาจากประสบการณ์ตรงหรือการเรียนรู้จากแหล่งอื่นๆ ลดเลือนจางหายไป กล่าวคือ ความไม่กระจ่างชัดส่งผลให้ผู้รับสารไม่สามารถการแยกแยะมุมมองระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกเสมือนจริงในสื่อประเภทต่างๆ ได้

(2) สื่อสร้างการผสมผสานหรือการหลอมรวม (Blending) สื่อจะค่อยๆ ผสมผสานความเป็นจริงของคนเข้ากับกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสื่อ กล่าวคือ

ความเป็นจริงต่างๆ ในโลกแห่งความเป็นจริงถูกสื่อเข้าไปหลอมรวมเข้าไปในโลกเสมือนจริงจนกลายเป็นกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสื่อประเภทต่างๆ

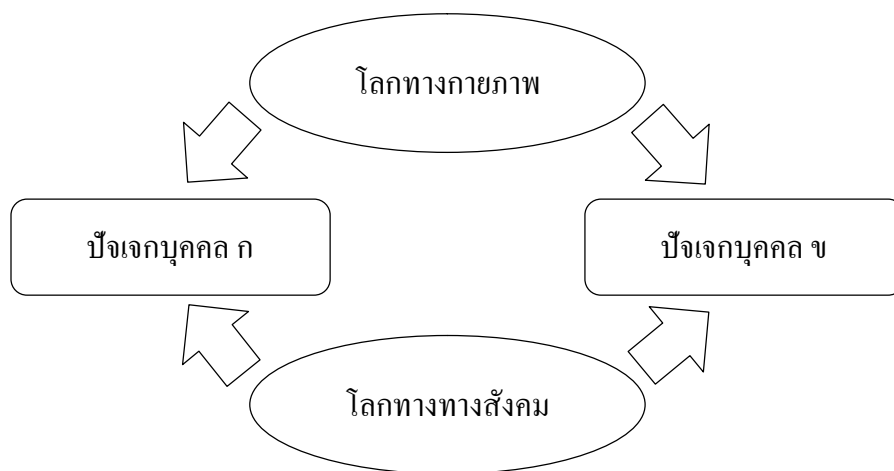
(3) สื่อสร้างการโน้มเอียง (Bending) สื่อจะค่อยๆ โน้มให้โลกของคนเป็นไปตามกระแสหลักที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของสื่อเอง กล่าวคือ สื่อจะพยายามทำให้โลกแห่งความจริงดำเนินไปตามกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของสถาบัน/องค์กรสื่อ และผู้อุปถัมภ์สื่อ

กล่าวโดยสรุปคือ ทฤษฎีการปลูกฝังหรือบ่มเพาะวัฒนธรรม (Cultivation Theory) เป็นทฤษฎีที่นำไปใช้เพื่ออธิบายบทบาทและเอกลักษณ์เฉพาะของสื่อประเภทต่างๆ รวมไปถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการปลูกฝังความจริงหรือการบ่มเพาะวัฒนธรรมที่มากจนเกินกว่าจะสังเกตได้ และทำให้เข้าใจถึงหลักเกณฑ์การเปลี่ยนแปลงทางสังคม อย่างไรก็ตามแต่ทฤษฎีนี้สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ได้ดีกับผู้รับชมหรือผู้รับสารที่เป็นผู้เสพติดสื่อ อย่างเช่น รายการโทรทัศน์ เป็นต้น

3) ทฤษฎีการตัดสินใจทางสังคม (Social Judgement Theory) เป็นทฤษฎีที่มีจุดเน้นในการศึกษาที่ว่าด้วย ทักษะคิดของคนจะช่วยเสริมสร้างการตัดสินใจหรือเรียกว่าการมีอิทธิพลต่อกัน โดยทฤษฎีการตัดสินใจทางสังคมจะใช้สำหรับพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนว่าในขณะนั้นเป็นเช่นใด เพื่อช่วยส่งเสริมให้มีการตัดสินใจในการมีบทบาทหน้าที่ของทัศนคติในรูปแบบใหม่ในอนาคต (Doherty & Kurz, 1996)

เช่นเดียวกับแนวคิดการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (The Construction of Social Reality) ซึ่ง Searle ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดนี้ไว้ว่า เป็นกลุ่มของทฤษฎีทางวัฒนธรรม ที่เชื่อว่า “ความเป็นจริง” (Reality) ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ แต่ “ความเป็นจริงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมา” (Construct) เมื่อนำแนวคิดดังกล่าว มาเชื่อมโยงกับศาสตร์ของสื่อมวลชน ยกตัวอย่างเช่น การรายงานข่าว ในทางสื่อมวลชนนั้น “ข่าว” อาจไม่ใช่การรายงานความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเป็นเหตุการณ์ หากแต่เป็นการ “สร้างสรรค์” ความเป็นจริงจากเหตุการณ์เหล่านั้นขึ้นมา ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่านักข่าวแต่ละคนจะเลือกเอาเหตุการณ์เหล่านั้นมาสร้างเป็นข่าวอย่างไร (Searle, 1995)

ในส่วนของผู้รับสาร แนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคมได้อาศัย หลักการของ Mead and Morris (1972) ซึ่งมองว่าผู้รับสารไม่ใช่เพียงแค่ผู้รับชมประเภทหนึ่ง (Passive Audience/Recipient) หรือนั่งรอให้สื่อมวลชนเป็นฝ่ายสร้างความจริงมากรอบตนเองเพียงฝ่ายเดียว หากมองในอีกมุมมองหนึ่งจะพบว่า ผู้รับสารจะมีคุณลักษณะแห่งความกระตือรือร้น (Active) กล่าวคือ ผู้รับสารยังเป็นผู้ที่ได้นำเอาเนื้อหาจากสื่อมวลชนมาสร้างทัศนคติ ความเชื่อ และสนับสนุนความคิดของตนเอง ดังนั้นทั้งสื่อมวลชนและผู้รับสารต่างมีส่วนช่วยกันสร้างความเป็นจริงที่เป็นต้นแบบของแต่ละบุคคลขึ้นมา (กาญจนา แก้วเทพ, 2544) ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 โลกทางกายภาพและโลกทางสังคมของปัจเจกบุคคล

แหล่งที่มา: กาญจนา แก้วเทพ, 2544.

จากภาพที่ 2.7 อธิบายได้ว่า ปัจเจกบุคคลจะถูกแวดล้อมด้วยโลก 2 ลักษณะ คือ โลกทางกายภาพ ซึ่งเป็นโลกตามธรรมชาติ ที่ประกอบไปด้วย ท้องฟ้า แม่น้ำ ดินไม้ สิ่งมีชีวิต อาคาร บ้านเรือน ฯลฯ กับโลกทางสังคม ซึ่งเกิดจากการสร้างทางสังคม (Construct) กล่าวคือ โลกทางสังคมนั้นมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่นในแต่ละยุค ปัจจุบันสื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างความเป็นจริงทางสังคมมากขึ้น เพื่อแวดล้อมหรือครอบงำปัจเจกบุคคลให้สามารถรับรู้โลกแห่งสังคมเกี่ยวกับความจริงของเรื่องต่างๆ เหล่านั้นได้เป็นอย่างดี แม้แต่บุคคลที่ไม่เคยสัมผัสโลกทางกายภาพมาก่อน ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการทำงานของสื่อมวลชน

4) ทฤษฎีเกี่ยวกับการปฏิบัติตามหน้าที่ (Functional Theory) เป็นทฤษฎีที่มีคำถามพื้นฐานเกี่ยวกับทัศนคติที่ตระหนักถึงเป้าหมาย ยกตัวอย่างเช่น หน้าที่เช่นใดที่สามารถส่งเสริมทัศนคติ ซึ่งเป็นการทำความเข้าใจในจุดมุ่งหมายของทัศนคตินั้นๆ โดยที่เหตุผลของการมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องส่วนบุคคลและมีความสัมพันธ์กับหน้าที่ส่วนบุคคลของทัศนคติ

ได้แก่ หน้าที่ซึ่งถือผลประโยชน์เป็นสำคัญ (Utilitarian Function) หน้าที่ของความรู้ (Knowledge Function) หน้าที่ในการป้องกันการด้านอัตตา (Ego - Defensive Function) และหน้าที่ในการแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value - Expressive Function) (Katz, 1960)

การเปลี่ยนแปลงของทัศนคตินั้น เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากการเรียนรู้และองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาและการเรียนรู้ของปัจเจกบุคคล โดยมีทฤษฎีเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีความสอดคล้อง ทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีการตัดสินใจทางสังคม และทฤษฎีเกี่ยวกับการปฏิบัติตามหน้าที่

ในขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่เกิดจากตัวพฤติกรรมเอง โดยมีหลักการสำคัญของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์ที่สามารถดัดแปลงพฤติกรรมผ่านการใช้กระบวนการที่ทำอย่างซ้ำๆ โดยผู้อื่น ความสามารถในการทำซ้ำนั้นอาจจะบรรลุผลผ่านกระบวนการหรือวิธีการต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น การบรรยายหรืออภิปราย การสาธิต หรือการฝึกอบรมเป็นรายบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

ดังนั้นในการศึกษา “การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก” ก็ควรที่จะมีการวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเพิ่มเติม จึงควรนำทฤษฎีดังกล่าวมาใช้พิจารณาเป็นแนวทางในการสังเคราะห์แยกแยะกลไกขับเคลื่อนหลักการหรือกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องเหมาะสมเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

2.2.9.4 ด้านความต้องการของมนุษย์ จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ ผู้วิจัยค้นพบว่ามีแนวคิดและทฤษฎีที่สอดคล้องอยู่ 3 แนวคิด ได้แก่

1) ความต้องการตามหลักพุทธศาสนา ในทางพุทธศาสนา ได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ (ความอยาก) ซึ่งเรียกว่า “กิเลส” มีอยู่ 3 อย่าง ได้แก่ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), 2538)

(1) กามตัณหา คือ ความอยากในกามคุณทั้ง 5 ซึ่งเป็นความอยากหรือปรารถนาในสิ่งน่ารักใคร่พอใจ ในลักษณะของ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส แต่มิใช่หมายถึงความต้องการทางเพศเพียงอย่างเดียวอย่างที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ

(2) ภวตัณหา คือ ความอยากมี อยากเป็น อยากได้

(3) วิภวตัณหา คือ ความไม่อยากมี ไม่อยากเป็น ไม่อยากได้

2) ทฤษฎีความต้องการตามแนวคิดของ Murray (1938) กล่าวว่าไว้ว่า “ความต้องการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากสภาพทางร่างกายและสภาพจิตใจ” ในขณะที่ (โยธิน ศันสนยุทธ, 2530) ได้สรุปไว้ได้แก่

- (1) ความต้องการที่จะเอาชนะด้วยการแสดงความก้าวร้าว (Need for Aggression) เป็นความต้องการที่จะเอาชนะผู้อื่นหรือสิ่งที่ขัดขวางด้วยความรุนแรง
- (2) ความต้องการที่จะเอาชนะอุปสรรค (Need for Counteraction) เป็นความต้องการที่จะฟันฝ่าปัญหา อุปสรรค ความล้มเหลว ด้วยการสร้างความพยายามขึ้นมา
- (3) ความต้องการที่จะยอมแพ้ (Need for Abasement) เป็นความต้องการที่จะยอมแพ้ยอมรับผิด ยอมรับคำวิจารณ์ หรือยอมรับการถูกลงโทษ
- (4) ความต้องการที่จะป้องกันตนเอง (Need for Defendant) เป็นความต้องการที่จะป้องกันตนเองจากคำวิพากษ์วิจารณ์ การตำหนิติเตียน ซึ่งเป็นการป้องกันทางด้านจิตใจ โดยหาเหตุผลมาอธิบายการกระทำของตน มีการป้องกันตนเองเพื่อให้พ้นผิดจากการกระทำต่างๆ
- (5) ความต้องการเป็นอิสระ (Need for Autonomy) เป็นความต้องการที่ปรารถนาจะเป็นอิสระจากสิ่งกีดขวางทั้งปวง ต้องการที่จะต่อสู้ดิ้นรนเพื่อเป็นตัวของตัวเอง
- (6) ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) เป็นความต้องการที่จะกระทำสิ่งต่างๆ ที่ยากลำบากให้ประสบความสำเร็จ
- (7) ความต้องการสร้างมิตรภาพ (Need for Affiliation) เป็นความต้องการที่จะทำให้ผู้อื่นรักใคร่ ต้องการรู้จักหรือมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ต้องการเอาอกเอาใจ มีความซื่อสัตย์ต่อเพื่อนฝูง พยายามสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับบุคคลอื่น
- (8) ความต้องการความสนุกสนาน (Need for Play) เป็นความต้องการที่จะแสดงความสนุกสนาน ต้องการหัวเราะเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดมีการสร้างหรือเล่าเรื่องตลกขบขัน
- (9) ความต้องการแยกตนเองออกจากผู้อื่น (Need for Rejection) เป็นความต้องการที่บุคคลมักจะมีความปรารถนา ในการที่จะแยกตนเองออกจากผู้อื่น ไม่ความรู้สึกยินดี ยินร้ายกับบุคคลอื่น ต้องการเมินเฉยจากผู้อื่น ไม่สนใจบุคคลรอบข้าง

(10) ความต้องการความช่วยเหลือจากบุคคลอื่น (Need for Succorance) เป็นความต้องการให้บุคคลอื่นให้ความสนใจ เห็นอกเห็นใจ มีความสงสารในตนเอง ต้องการได้รับการช่วยเหลือ การดูแลให้คำแนะนำจากบุคคลเหล่านั้น

(11) ความต้องการที่จะให้ความช่วยเหลือต่อบุคคลอื่น (Need for Nurture) เป็นความต้องการที่จะเข้าร่วมในการทำกิจกรรมในการทำกิจกรรมกับบุคคลอื่น โดยให้ความช่วยเหลือแก่บุคคลอื่นให้พ้นจากภัยอันตรายต่างๆ

(12) ความต้องการที่จะสร้างความประทับใจให้กับผู้อื่น (Need for Exhibition) เป็นความต้องการที่จะให้บุคคลอื่นได้เห็น ได้ยินเกี่ยวกับเรื่องราวของตนเอง ต้องการให้ผู้อื่นมีความสนใจ สนุกสนานแปลกใจ หรือตกใจในเรื่องราวของตนเอง

(13) ความต้องการมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น (Need for Dominance) เป็นความต้องการที่จะให้บุคคลอื่นปฏิบัติตามคำสั่งหรือความคิด ความต้องการของตน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนมีอิทธิพลเหนือว่าบุคคลอื่น

(14) ความต้องการที่จะยอมรับนับถือผู้อื่นว่า (Need for Deference) เป็นความต้องการที่จะยอมรับนับถือผู้อื่นว่าด้วยความยินดี รวมทั้งนิยมชมชื่นในบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า พร้อมทั้งให้ความร่วมมือกับบุคคลดังกล่าวด้วยความยินดี

(15) ความต้องการหลีกเลี่ยงความรู้สึกล้มเหลว (Need for Avoidance of Inferiority) เป็นความต้องการหลีกเลี่ยงให้พ้นจากความอับอายทั้งหลาย ต้องการหลีกเลี่ยงการถูกล้อ หรือการกระทำต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความละอายใจ รู้สึกอับอาย ล้มเหลว พ่ายแพ้

(16) ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากอันตราย (Need for Avoidance Harm) เป็นความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดทางด้านร่างกาย ต้องการได้รับความปลอดภัยจากอันตรายทั้งปวง

(17) ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงการถูกตำหนิหรือถูกลงโทษ (Need for Avoidance of Blame) เป็นความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงการลงโทษด้วยการคล้อยตามกลุ่ม หรือยอมรับคำสั่งหรือปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของกลุ่มเพราะกลัวถูกลงโทษ

(18) ความต้องการความเป็นระเบียบเรียบร้อย (Need for Orderliness) เป็นความต้องการที่จะจัดสิ่งต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่เป็นระเบียบเรียบร้อย มีความประณีต งดงาม

(19) ความต้องการที่จะรักษาชื่อเสียง (Need for Inviolacy) เป็นความต้องการที่จะรักษาชื่อเสียงของตนที่มีอยู่ไว้จนสุดความสามารถ

(20) ความต้องการให้ตนเองมีความแตกต่างจากบุคคลอื่น (Need for Contrariness) เป็นความต้องการที่อยากจะเด่น น่าสม্মัย ไม่เหมือนใคร

จากการรวบรวมความต้องการข้างต้นนี้ ได้มาจากระบบการนัดตรงของ Murray (1938) ที่ค้นพบจากการรักษาผู้ป่วยและจากสังเกตของเขา ซึ่งไม่ได้มาจากการค้นคว้าวิจัยในสภาพความเป็นจริงตามธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม ความต้องต้องการเหล่านี้ได้รับความสนใจมาเป็นเวลานาน และถึงแม้ว่าจะมีความต้องการบางอย่างที่ขัดกันอยู่บ้าง ยกตัวอย่างเช่น ความต้องการที่จะเลียนแบบผู้อื่นกับความต้องการเป็นตัวของตัวเอง ซึ่ง Murray (1938) อธิบายในมุมมองบุคลิกภาพเนื่องจากมีความเชื่อว่าการประเมินบุคลิกภาพต้องดูโดยรวม ไม่สามารถแบ่งแยกให้ขาดออกจากกันทั้งหมดได้

3) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ (Maslow, 1943) พบว่า ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นตามความสำคัญ (A Hierarchy of Needs) จากต่ำไปหาสูง กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทัน บุคคลจึงมีสิ่งกระตุ้นให้ต้องตอบสนองตามลำดับของความต้องการ 5 ประการ ได้แก่

(1) ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Need) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนต้องการเหมือนกัน เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นความต้องการที่มีอำนาจมากที่สุด จากความต้องการทั้งหมด เมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอแล้ว ความต้องการในขั้นอื่นก็จะเข้ามาแทนที่

(2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Need) เป็นความต้องการที่อยากจะมีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security) จากสภาพแวดล้อมที่ปราศจากอันตรายทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในอาชีพ รวมถึงการดำเนินชีวิตและสุขภาพ บุคคลจะเฝ้าหาความปลอดภัยด้วยกันทั้งสิ้น และเมื่อมีเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัย ก็จะหาบางสิ่งที่สามารถปกป้องคุ้มครอง อาจจะเป็นบุคคลที่มีความเข้มแข็งที่สามารถจะพึ่งพาอาศัยได้ รวมถึงหาวิธีที่จะขจัดความรู้สึกกลัว โดยการนำเอาประสบการณ์และการเรียนรู้เข้ามาช่วยทำให้ความรู้สึกกลัวลดลง

(3) ความต้องการทางสังคม (Social Need) เป็นความต้องการความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิดสนิทสนม การมีโอกาสเข้าสังคมกับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม และเป็นที่ยอมรับของสังคม บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น ยกตัวอย่างเช่น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือบุคคลอื่น สมาชิกภายในกลุ่มเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะมีความรู้สึกไม่สบายใจหรือมีความทุกข์เมื่อถูกทอดทิ้ง ไม่มีใครยอมรับ หรือถูกตัดออกจากสังคม

(4) ความต้องการได้รับการยกย่อง (Esteem Need) เป็นความต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงเด่น มีความภูมิใจ และสร้างการนับถือตนเอง ชื่นชมในความสำเร็จของงานที่ทำความรู้สึกมั่นใจในตนเองและเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ได้ ได้แก่ ตำแหน่ง ยศ เงินเดือน งานที่ทำทนายได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ ความต้องการที่จะได้รับการนับถือสามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

(4.1) ความต้องการนับถือตนเอง (Self-Respect) เป็นความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความแข็งแรง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นและมีความเป็นอิสระ บุคคลต้องการที่จะรู้สึกว่าคุณมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จในงานภารกิจต่างๆ และมีชีวิตที่เด่นดัง

(4.2) ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from Others) เป็นความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับการยกย่อง ได้รับการยอมรับ ได้รับการความสนใจ มีสถานภาพ มีชื่อเสียงเป็นที่กล่าวขาน และเป็นที่ชื่นชมยินดี มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องชมเชยในสิ่งที่ได้กระทำซึ่งทำให้รู้สึกว่าคุณมีความสามารถของเขาได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

(5) ความต้องการประสพผลสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Need) เป็นความต้องการระดับสูงสุด กล่าวคือ ความต้องการในการเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเอง ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสูงสุด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการคิดสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการทำงาน

ซึ่งปัจจัยยังรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ โดยผู้วิจัยกล่าวถึงคือแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ “The Third Person Effect” ของ Severin and Tankard (2001) กล่าวคือ เป็นความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ นั้น มักจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อรายอื่นๆ แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อหรือมีอิทธิพลต่อตนเองแต่ประการใด ซึ่งในความจริงแล้วนั้นตนเองอาจจะถูกครอบงำภายใต้อิทธิพลของสื่อโดยไม่รู้ตัวและอาจจะมากกว่าการคาดการณ์ไว้ก็เป็นได้

ซึ่งสอดคล้องกับเอกสารการประชุมวิชาการเรื่อง “The Third Person Effects as an Obstacle to Media Literacy” ที่ได้ทำการศึกษาในกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิง โดยใช้วิธีการจัดการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เกี่ยวกับผลกระทบทางพฤติกรรม的开ปรับโทรทัศน์ จากผลการศึกษาบ่งชี้ให้เห็นถึงผลของ “The Third Person Effect” อย่างชัดเจน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างล้วนแล้วแต่มีความมั่นใจในตนเองว่า สื่อไม่มีอิทธิพลใดๆ ต่อตนเอง หากแต่สื่อนั้นมีอิทธิพลร้ายแรงต่อบุคคลอื่น

โดยที่กลุ่มตัวอย่างมักจะคิดว่า “ตนเองรู้หมดแล้ว ตนเองรู้ดีแล้ว” และ “ตนเองฉลาดกว่าสื่อ” (Moran, 2004)

กล่าวโดยสรุป คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง สิ่งที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนากระบวนการทักษะหรือองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

## 2.2.10 การวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ผู้วิจัยพบว่า นักวิชาการในประเทศไทยนิยมใช้แนวคิดตามนักวิชาการชาติตะวันตกเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้แนวทางการวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในช่วงปี พ.ศ. 2551-2558 ของนักวิชาการในประเทศไทย อาทิ (กฤษณ์ท แสนทวี, 2554; กวิสรา ทองดี, 2557; ดวงแก้ว เขียรสวัสดิ์กิจ, 2552; นัทธ์หทัย อุบล, 2552; นิยมล หิรัญวิจิตรภรณ์, 2558; เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญณกิจ, 2557; เมลลิณ ขวัญใจ, 2551; วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551; สุภารัตน์ แก้วสุทธิ, 2553; สุรเกียรติ ชาติาวัฒนาวิทย์, 2555; อริษา งามวุฒิวร, 2553) โดยผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ความสอดคล้องของแนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในรูปแบบตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 2.3 วิเคราะห์แนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

| แนวทางการศึกษาวิจัย<br>เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ | (นิยมล หิรัญวิจิตรภรณ์, 2558) | (กวิสรา ทองดี, 2557) | (เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญณกิจ, 2557) | (สุรเกียรติ ชาติาวัฒนาวิทย์, 2555) | (กฤษณ์ท แสนทวี, 2554) | (สุภารัตน์ แก้วสุทธิ, 2553) | (อริษา งามวุฒิวร, 2553) | (ดวงแก้ว เขียรสวัสดิ์กิจ, 2552) | (นัทธ์หทัย อุบล, 2552) | (เมลลิณ ขวัญใจ, 2551) | (วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551) |
|---------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------|-----------------------------|-------------------------|---------------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| 1. การรับรู้/ทัศนคติ/<br>พฤติกรรม                 | √                             | √                    | √                                 | √                                  | √                     | √                           | √                       | -                               | √                      | √                     | √                             |
| 2. ประยุกต์ใช้กับสื่อ                             | √                             | √                    | √                                 | -                                  | -                     | √                           | √                       | √                               | √                      | √                     | -                             |
| 3. วัดระดับ                                       | √                             | √                    | √                                 | √                                  | √                     | √                           | √                       | √                               | √                      | -                     | √                             |
| 4. ปัจจัย/อุปสรรค                                 | -                             | -                    | √                                 | -                                  | -                     | -                           | -                       | √                               | -                      | -                     | √                             |
| 5. การพัฒนารูปแบบ                                 | -                             | -                    | -                                 | √                                  | -                     | -                           | -                       | -                               | -                      | -                     | √                             |

นอกจากนี้ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบการรู้เท่าทันสื่อ รวมถึงงานวิจัยที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและอุปสรรคต่อการรู้เท่าทันสื่อ มีจำนวนน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการรู้เท่าทันสื่ออื่นๆ อาจจะพอสรุปได้ว่า นักวิชาการของประเทศไทยให้ความเชื่อถือต่อแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของนักวิชาการจากชาติตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ โดยไม่คิดที่จะศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการรู้เท่าทันสื่อให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย ในส่วนของปัจจัยและอุปสรรคต่อการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยอาจจะไม่สอดคล้องกับปัจจัยและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในชาติตะวันตกได้เช่นเดียวกัน

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโสภพบว่ามีงานวิจัยที่ใกล้เคียงหรือสอดคล้องอยู่ 3 งานวิจัย ได้แก่

2.2.10.1 งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 4-6: การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนระหว่างสังกัด” พบว่า เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 ที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานและสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน โดยพบตัวแปรแฝงที่วัดได้จากการสังเกตทั้งหมด 14 ตัว

ผลการวิจัยพบว่า 1) ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมที่ส่งอิทธิพลผ่านการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความสามารถทางภาษาต่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ โดยตัวแปรที่ส่งอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศสูงสุด คือ การสนับสนุนทางสังคม 2) โมเดลเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 3) โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศที่ถูกพัฒนาขึ้นไม่มีความแปรเปลี่ยนแต่อย่างใด (สุรเกียรติ์ ชาติวัฒนาวิทย์, 2555)

2.2.10.2 งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร” พบว่า เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 613 คน ซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตัวแปรแฝงที่ใช้ในงานวิจัยมี 6 ตัวแปร ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ ปัจจัยด้านพฤติกรรม的开รับสื่อ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง โดยพบตัวแปรแฝงที่วัดได้จากการสังเกตทั้งหมด 21 ตัว

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียนส่วนใหญ่ยังไม่รู้เท่าทันสื่อหรือถูกสื่อครอบงำ 2) โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมเปิดรับสื่อ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อ ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการเปิดรับสื่อของนักเรียนโดยมีอิทธิพลผ่านปัจจัยด้านพฤติกรรมเปิดรับสื่อ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนได้แก่ ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม รองลงมา คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการอ่าน และ 3) โมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551)

2.2.10.3 งานวิจัยเรื่อง “พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก” พบว่า เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และศึกษาเนื้อหาจากสื่อโทรทัศน์ช่องหลัก รวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก

ผลการวิจัยพบว่า การใช้พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต เป็นไปตามกระบวนการของ Diamond Model ซึ่งมีขั้นตอนการรับรู้สื่อโทรทัศน์และเฟซบุ๊กในเชิงพุทธ โดยอาศัยสติสัมปชัญญะเป็นขั้นปฏิบัติการในการระลึกรู้ โดยไม่ปล่อยตามอำนาจกระแสน้ำและมีความอดทนทางจิตใจต่อผลกระทบจากสื่อ ในขั้นคิดวิเคราะห์ใคร่ครวญอย่างรอบด้านใช้วิธีพิจารณาทางปัญญาตามหลักโยนิโสมนสิการ อิทัปปัจจยา ไตรลักษณ์ และกาลามสูตร รวมถึงการปฏิบัติตามรูปแบบพุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อซึ่งเป็นแนวทางพัฒนาชีวิต 3 ด้าน คือ ด้านศีล ด้านสมาธิ และด้านปัญญา (สายน้ำผึ้ง รัตนงาม, 2557)

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิถีอโศก

### 2.3.1 วิถีอโศกคืออะไร

“วิถีอโศก” เป็นคำนิยามของผู้วิจัยที่ค้นพบจากการทบทวนวรรณกรรมและการวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้อธิบายถึง แนวทางในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของหมู่หรือกลุ่มชาวอโศกภายใต้บริบทภาวะสุดประเสริฐหรืออุดมการณ์ 5 ประการ (สุนัย เศรษฐบุญสร้าง, 2531) ได้แก่

2.3.1.1 อิสระเสรีภาพ (Independence) กล่าวคือ เป็นภาวะที่บุคคลนั้นๆ ปลอดจากอำนาจแห่งความกลัวและอำนาจแห่งกิเลส หรือพันธนาการทั้งปวงที่เป็นภาระ ผู้ที่สามารถลดละกิเลสได้มาก ย่อมมีอิสระเสรีภาพมาก ไม่ยึดติด เป็นอิสระเหนือวัตถุ พออยู่พอกิน

2.3.1.2 ภราดรภาพ (Fraternity) กล่าวคือ เป็นภาวะของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในหมู่หรือกลุ่มสมาชิก รวมถึงเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ไม่รบราฆ่าฟัน แกร่งแย่งชิงทรัพยากร ปรีกษาหาหรือกัน

2.3.1.3 สันติภาพ (Peace) กล่าวคือ เป็นภาวะที่มนุษย์มีความเป็นห่วงเป็นใยกันคุณงามความดี มิตรปราศจากความหวาดระแวงและการเบียดเบียนซึ่งกันและกัน ทำให้มีเวลาให้ตนเองและสมาชิกในชุมชน

2.3.1.4 สมรรถภาพ (Efficiency) กล่าวคือ เป็นภาวะที่บุคคลนั้นๆ สามารถสร้างความเจริญงอกงามทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม อารมณ์ และสติปัญญา ไม่มัวแต่ไปคิดที่จะเอาเปรียบผู้อื่น

2.3.1.5 บุรณภาพ (Integrity) กล่าวคือ เป็นภาวะที่บุคคลนั้นๆ สามารถบูรณาการหลอมรวม อิศรเสรีภาพ ภราดรภาพ สันติภาพ และสมรรถภาพ เข้าไว้ด้วยกันได้อย่างเหมาะสม

ซึ่งอุดมการณ์ทั้ง 5 ประการนี้ มีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกัน กล่าวคือ การมีอิสรเสรีภาพที่บรรลุผลสำเร็จแล้ว จะส่งผลให้เกิดภราดรภาพ สันติภาพ และเห็นสมรรถภาพที่มีบุรณภาพอยู่เสมอ ทั้งนี้คุณลักษณะดังกล่าวจะมีอยู่ในบุคคลที่เป็นสมาชิกสังคมอโศกหรือชาวอโศก มากบ้าง น้อยบ้าง ขึ้นอยู่กับการนำไปปฏิบัติฝึกฝนตนเองได้มากน้อยเพียงใด

สมณะโพธิรักษ์ (อ้างถึงใน รัชญา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2536) ได้สรุปเป็นข้อปฏิบัติสั้นๆ ให้แก่ชาวอโศกได้ยึดถือในการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะเป็นในระดับครอบครัว สังคม และในหน้าที่การงาน คือ บุคคลจะต้องมี “ความขยัน เสียสละ กล้าจน ทนเสียสละ หนีสะสม นิยมสร้างสรรค์ สวรรค์นิพพาน” ซึ่งชาวอโศกได้ปฏิบัติตามคำสอนดังกล่าวและได้ผลดีเกิดขึ้นกับตนเอง

## 2.3.2 ชีวิตประวัติดูแลแห่งพุทธสถานอโศก (โดยสังเขป)

“สมณะโพธิรักษ์” เกิดที่ประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2477 ก่อนเข้าสู่เพศบรรพชิตเคยทำงานทางด้านสื่อโทรทัศน์และเป็นพิธีกรที่มีชื่อเสียง อุปสมบทเมื่อปี พ.ศ. 2513 ต่อมาในปี พ.ศ. 2518 ได้ก่อตั้งสำนักอโศก ซึ่งเป็นองค์กรศาสนาที่เกิดขึ้นใหม่ รวมถึงมีชุมชนบุญนิยมที่เป็นเครือข่ายกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ส่งเสริมการรับประทานอาหารมังสวิรัต ถือศีลอย่างเคร่งครัด หลักธรรมและการปฏิบัติแตกต่างจากคณะสงฆ์เดิม ไม่มียศ ไม่มีตำแหน่งทางสมณศักดิ์ โดยยึดตามวิถีทางหรือครรลองแห่งพระศาสนาหรือพระพุทธองค์เพียงอย่างเดียว สอนให้รู้จักการเอาชนะทางจิตวิญญาณ พ้นจากความมัวเมาทางวัตถุ ด้วยสัมมาทิฐิและสัมมาปฏิบัติ

โดยการสอนให้คนปฏิบัติธรรมแม้ในขณะที่ดำเนินชีวิตปัจจุบัน อาทิเช่น สอนการใช้ธรรมะระหว่างการเปิดรับสื่อต่างๆ สอนให้มีความมานะ ขยันทำงาน กล้าที่จะเสียสละ ชนะใจตนเอง มี

ความสุขกับความจนที่มีสมรรถนะในการทำงาน หลอมรวมเอาจุดเด่นของพุทธศาสนาทั้งฝ่ายเถรวาทและมหายานเข้าไว้ด้วยกัน ณ ดินแดนที่ไม่มีแนวคิดเชิงโพธิสัตว์อย่างเมืองไทย ท่านประกาศตนเป็นพระโพธิสัตว์ และส่งเสริมให้พุทธศาสนิกชนตั้งปณิธานเดินตามรอยพระโพธิสัตว์ 500 ปี โดยใช้ระบบองค์รวมวิธีปฏิบัติของพุทธ คือ มรรคมีองค์ 8 เป็นแนวทางปฏิบัติตรงสู่นิพพาน สร้างระบบสังคมรูปแบบใหม่ที่อยู่เหนือทั้งระบบทุนนิยมและคอมมิวนิสต์นั่นคือ “ระบบบุญนิยม” (จึงเชียงฟ้าชื่อ, 2545)

### 2.3.3 ความเป็นมาของกลุ่มอโศก

ความเป็นมาของกลุ่มอโศกได้มีผู้ศึกษาไว้พอสมควร แต่ก็ไม่ได้ชัดเจนมากนักหากแต่พอที่จะนำมาสรุปได้ดังนี้ กลุ่มอโศกเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2513 จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์ฆ่านักศึกษาในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2519 อุคมการณ์และแนวคิดต่างๆ ก็พลอยได้รับผลกระทบไปด้วย กล่าวคือ มีการปราบปรามโดยกลุ่มทหาร ทำให้นักศึกษาและนักวิชาการจำนวนมากต้องหลบหนีไปอยู่ในป่าทางภาคเหนือของประเทศและเข้าร่วมกับกองกำลังพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยที่ผิดกฎหมายและมีการบังคับพระสงฆ์ที่ต่อต้านให้ลาสิกขา แต่ต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้พระราชทานอภัยโทษแก่ผู้ต่อต้านทั้งหมด นักศึกษาจึงได้กลับเข้าเมืองเพื่อศึกษาต่อ ส่งผลให้กลุ่มทางศาสนาใหม่ๆ กลับมาได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวาง

ซึ่งในขณะนั้นองค์กรต่างๆ เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาชนบท กลุ่มผู้นำนักศึกษาและพระสงฆ์ร่วมมือกันสร้างสิ่งที่ดีให้ประเทศ กลุ่มอโศกเองก็เช่นเดียวกันได้มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาพร้อมกับมีศูนย์กลางของกลุ่มและประกาศไม่ขึ้นอยู่ภายใต้การปกครองคณะสงฆ์ไทย ในปี พ.ศ. 2518 จากการประกาศตนเป็นอิสระทำให้มหาเถรสมาคมตั้งกรรมการตรวจสอบสมณะโพธิรักษ์ขึ้นในปี พ.ศ. 2525

ต่อมาสมณะโพธิรักษ์และหมู่กลุ่มพากันมาอยู่ “แคนอโศก” เมื่อมาอยู่ ณ แคนอโศก ได้พักหนึ่งได้มีประกาศจากพระชั้นผู้ใหญ่ให้ พระอโศกรื้อกุฏิ หากไม่รู้จะเอาพระอุปัชฌาย์วัดหนองกระทุ่มออกจากตำแหน่งเสีย เพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในขณะนั้น สมณะโพธิรักษ์จึงตัดสินใจประกาศตนเป็นเอกเทศไม่อยู่ภายใต้การปกครองทางฝ่ายคณะปกครองสงฆ์ เพื่อตัดปัญหาผลกระทบที่จะไปถึงพระอุปัชฌาย์ที่กำลังป่วยหนักอยู่ในขณะนั้น และพระชั้นผู้ใหญ่จะได้ไม่ต้องบีบคั้นต่อรองกับพระอุปัชฌาย์อีก (สมณะโพธิรักษ์, 2532)

นอกจากภาวะการบีบคั้นที่ส่งผลให้สมณะโพธิรักษ์ประกาศแยกออกจากมหาเถรสมาคมแล้วนั้น ยังสามารถตีความได้อีกนัยหนึ่งว่า ความขัดแย้งที่เกิดจากการปฏิบัติของพระสงฆ์กระแสหลักไม่อาจสร้างศรัทธาให้แก่ฆราวาสเกิดเคารพได้ สมณะโพธิรักษ์เห็นว่าการปฏิบัติตนของสงฆ์มี

ความหย่อนยานและอาจนำพาพระศาสนาไปสู่ความเสื่อมที่ออกนอกจากหลักคำสอนของพระพุทธองค์

“ต้องไปศึกษาดูที่จุลศีล มัชฌิมศีล มหาศีล จึงจะเห็นได้ชัด ศีลเหล่านี้จะพูดได้ว่าเป็นธรรมเนียมของศาสนาพุทธก็ได้ ยกตัวอย่างเช่น ในจุลศีล ที่บอกว่าฉันหนเดียว ไม่รับเงินทอง ไม่รับที่ดิน ไร่นา ไม่รับทาสี ทาสา หรือมหาศีล ไม่รदनํามนต์ ไม่จุดเทียนรูป บูชาด้วยไฟ บูชาด้วยควัน ไม่เจิมป้าย ไม่ปลูกเสกเครื่องราง ไม่ดูหมด ไม่ทำที่นั้งที่นอนที่อยู่ของตนให้เต็มไปด้วยผ้าปูลาดต่างๆ เครื่องประดับประดาหรือบำเรอตนใหญ่โต” (สมณะโพธิรักษ์, 2531 อ้างถึงใน ขัตติยา ขัตติยวรา, 2547)

กล่าวคือ ความย่อหย่อนในทางศีล สมาธิ และปัญญาของพระสงฆ์ เป็นปัจจัยที่ทำให้หมู่ชนร่วาสเกิดการหลงมัวเมายึดติดในวัตถุนิยมและการบริโภคนิยมมากขึ้น บทบาทของพระจึงถูกมองเพียงมิติทางพิธีกรรมที่เน้นวัตถุและไสยศาสตร์ที่ใช้สนองความโลภ การปรนเปรอกิเลส ดังนั้นสมณะโพธิรักษ์จึงปฏิเสธการปฏิบัติทางไสยศาสตร์ทุกรูปแบบ พิธีกรรมทางวัตถุ การกราบไหว้พระพุทธรูป รวมทั้งการตกแต่งวัด และวิพากษ์วิจารณ์การปฏิบัติตัวของหมู่พระสงฆ์กระแสหลักอย่างต่อเนื่อง

จากการวิพากษ์วิจารณ์สถาบันสงฆ์ส่งผลให้ถูกกล่าวหาว่าเป็นผู้ต่อต้านสถาบันศาสนา จนกระทั่งมีการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบพฤติกรรมของสมณะโพธิรักษ์ โดยตำรวจได้ออกคำสั่งให้จับกุมสมณะโพธิรักษ์และพระชาวอโศก เพื่อดำเนินคดีทางศาลซึ่งใช้เวลาอยู่หลายปี จนกระทั่งกลุ่มอโศกได้รับความช่วยเหลือจากนายทองใบ ทองเปาด์ หรือเป็นที่รู้จักกันในฐานะทนายสิทธิมนุษยชน โดยได้เรียกร้องให้กรณีอโศกต้องถูกยกเลิกเนื่องจากอ้างอิงถึงเสรีภาพในการนับถือศาสนา โดยที่สมณะโพธิรักษ์และพระชาวอโศกนั้นยังสามารถรองความเป็นนักบวชต่อไป และใช้คำเรียกขานตนเองว่า “สมณะ” แทนคำว่า “พระ”

ต่อมาพระโพธิรักษ์จึงตัดสินใจพาหมู่กลุ่มมาใช้สถานที่เผยแพร่ธรรมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้รับการถวายจากญาติธรรมอันเป็นที่ตั้งพุทธสถานสันตอโศกในปัจจุบัน ซึ่งคำว่า “สันติ” หมายถึง สันภาพ และคำว่า “อโศก” หมายถึง ไร้โศก เมื่อรวมคำว่า “สันตอโศก” เข้าไว้ด้วยกันจะมีความหมายว่า “สันติภาพไร้โศก” (จึง เชิญฝ้าเชื้อ, 2545) เนื่องจากพุทธสถานตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร สมณะโพธิรักษ์จึงให้พุทธสถานแห่งนี้เป็นศูนย์กลางอโศก ทางด้านธรรมสถาน แดนอโศก ได้ย้ายมารวมกับพุทธสถานปฐมอโศกซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดนครปฐม พร้อมกับมีการสร้างชุมชนปฐมอโศกขึ้น

ระยะแรกเริ่มของการก่อร่างสร้างชุมชนปฐมอโศกนั้น สำหรับที่พักอาศัยทั้งของนักบวช และฆราวาสใช้การสร้างด้วยไม้ มีลักษณะเรียบง่าย และขนาดเล็กๆ อีกทั้งยังเป็นวัตรธรรมชาติ เช่น

หลังคาที่มุงด้วยใบจากหรือหญ้าแฝกที่ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการดำรงชีวิตแบบมกน้อย สันโดษ เรียบง่าย ทั้งยังเป็นจุดเด่นของรูปแบบขบวนการพุทธปฏิรูป ในชุมชนไม่มีไฟฟ้า และเครื่องอำนวยความสะดวกตามอย่างสังคมเมือง ต่อมาได้ต่อมาได้พัฒนาระบบไฟฟ้าโดยวางสายไฟฟ้าและสายระบบเสียงไว้ในท่อใต้ดินเป็นระบบที่มีความปลอดภัยและส่งผลให้ทัศนียภาพของชุมชนดูสวยงาม

ในส่วนของน้ำที่ใช้สำหรับการอุปโภคบริโภคในคราแรกเริ่มนั้น ต้องอาศัยน้ำฝนและน้ำจากลำธาร ซึ่งเป็นการสะท้อนเชิงกายภาพของชุมชนต่ออุดมการณ์ทางสังคมที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และแนวทางการใช้ชีวิตอยู่กับธรรมชาติ ผืนดิน ซึ่งแตกต่างจากการใช้ชีวิตของคนในเมืองที่จะสามารถสัมผัสหรือเข้าถึงได้ (มูลนิธิธรรมสันติ, 2530)

ดังนั้น สมณะโพธิรักษ์ จึงเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณของชาวอโศก ทั้งนี้ยังเป็นผู้ก่อปรกอบความเป็นอโศกด้วยหลักสารานิยม 6 มีการสร้างชุมชนพุทธขึ้นในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทยกว่า 25 แห่ง โดยในชุมชนแต่ละแห่งจะประกอบด้วย เขตสงฆ์ เขตชุมชนที่ประกอบด้วย โรงงาน โรงเรียน พื้นที่ทำการเกษตร ไร่สารพัด ร้านอาหารมังสวิรัต ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และหน่วยบริการอื่นๆ

ชุมชนอโศกเป็นชุมชนที่ยึดถือหลักมรรคมีองค์ 8 ในการดำเนินชีวิตที่เป็นแบบอย่างแก่สังคม ซึ่งภายในชุมชนมีทั้งระบบการศึกษา การเศรษฐกิจ การเกษตร การสาธารณสุข การเมือง การสื่อสาร ฯลฯ โดยที่ระบบเหล่านี้จะอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดหลัก คือ ระบบบุญนิยมที่ใช้เป็นตัวขับเคลื่อน ทั้งยังเป็นวิถีชีวิตที่เป็นทางเลือกใหม่ การที่ชุมชนอโศกเน้นเรื่องจิตวิญญาณเป็นหลักมากกว่าวัตถุเน้น ส่งผลให้บุคคลในชุมชนไม่หลงไปกับการโฆษณาต่างๆ ที่กระตุ้นให้เกิดการบริโภคนิยม

ดังนั้นชุมชนอโศกจึงเป็นสถานที่สำคัญต่อการส่งเสริมการดำรงชีวิตที่เรียบง่าย บริโภคน้อย ใช้น้อยในด้านปัจจัย 4 อันประกอบด้วย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการฝึกฝนขัดเกลาและต่อสู้กับกิเลสโดยตรง เน้นการปฏิบัติอย่างมีสติ และได้ผลเป็นจริง โดยการปฏิบัติศีล สมาธิ ปัญญา อย่างมีองค์รวมเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่แยกปฏิบัติเป็นส่วนๆ มีระดับการวัดผลการปฏิบัติถึงโลกุตระธรรมอย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ ผู้นั้นสามารถตรวจสอบมรรคผลของตนเองได้ ตั้งแต่ระดับโสดาบันถึงอรหัตต์ ตามหลักที่พระพุทธเจ้าตรัสไว้ นับว่าเป็นการสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมและมนุษยชาติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ยกย่องคุณค่าทางจิตวิญญาณ จิตสำนึก คุณธรรม จริยธรรม และเห็นถึงคุณค่าของชีวิต ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงข้างต้นที่ว่าด้วยอุดมคติ 5 ประการ อันเป็นกรอบดำเนินการตามวิถีอโศก อันได้แก่ อิศรเสริภาพ ภราดรภาพ สันติภาพ สมรรถภาพ และบูรณภาพ

นอกจากนี้ชุมชนอโศก (ชุมชนบุญนิยม) ถือได้ว่าเป็นชุมชนที่ใช้หลักการพุทธศาสนา มาปฏิบัติอย่างเต็มรูปแบบ และมีข้อวัตรปฏิบัติอย่างเคร่งครัดนั้นก็ถือการถือศีล ตั้งแต่ศีล 5 ศีล 8 ศีล 10 รวมถึงศีลวินัยของสมณะตามลำดับ ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ชุมชนให้เพียบพร้อมด้วยความงาม ทั้งอุดมการณ์แห่งโพธิสัตว์และอุดมคติการบรรลุอริยคุณเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อธำรงสังขารผ่านการปฏิบัติให้เห็นได้จริง จนได้รับการยกย่องให้เป็นชุมชนตัวอย่าง พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้องค์กรศาสนาอื่นๆ หรือกลุ่มผู้ที่สนใจ ได้เข้าไปศึกษาเรียนรู้วิจัยเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษยชาติให้สูงขึ้น

### 2.3.4 ระบบสังคมของชุมชนอโศก

ระบบสังคมของชุมชนอโศกแบ่งออกเป็น 2 ระดับ (จึง เชิญฝ้าซือ, 2545) ได้แก่

ระดับจุลภาค (Micro) คือ การสร้างคนแบบชาวอโศกหรือตามวิถีอโศก เป็นการมองบุคคลในมิติปัจเจกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหล่อหลอมคุณธรรมจริยธรรมจากบุคคลธรรมดาพัฒนาไปสู่ระดับอริยชนของชาวอโศก ซึ่งมีขั้นตอนกระบวนการอบรมเรียนรู้การปรับเปลี่ยนทัศนคติ ปลูกจิตสำนึก ความเชื่อ และเป้าหมาย ในการชำระกิเลสตั้งแต่มีจิตวิญญูไปสู่สัมมาทิฐิ ฯลฯ ส่งผลให้คนอโศกเกิดความนิยมบุญหรือบุญนิยม กล่าวคือ เกิดเป็นพลังแห่งความเชื่อถือ เชื่อมั่นว่า การลดละกิเลส การดำรงชีวิตอย่างเรียบง่ายในปัจจุบัน 4 กล่าวจนลง นำส่วนที่เกินความต้องการแจกจ่าย เสียสละเพื่อสังคมส่วนรวมนั้นเป็นบุญ และเป็นแนวทางที่ถูกต้องสูงสุดของชีวิต ถึงแม้ว่าสิ่งรอบข้างทั้งโลกจะเป็นสังคมแห่งวัตถุนิยม คือ มุ่งแสวงหาสิ่งปรนเปรอ กินสุบดื่มเสพย์ มุ่งแสวงหาลาภ ยศ สรรเสริญโดยอาศัยความฉลาดที่มีเล่ห์เหลี่ยม หรือด้วยฐานะหน้าที่ที่เอื้ออำนวย

ระดับมหภาค (Macro) คือ วิธีการดำรงชีวิตและกิจกรรมต่างๆ ที่อยู่ในโครงสร้างของระบบบุญนิยมที่มีผลต่อการพัฒนาสังคมมนุษยชาติ เป็นการมองในมิติส่วนรวม กล่าวคือ เมื่อสมณะโพธิรักษ์ได้พาหมู่สาวก และญาติธรรมฝึกปฏิบัติขัดเกลาตนเอง ตามหลักแนวทางสัมมาอริยมรรคมีองค์ 8 จนเกิดผลจริง และพิสูจน์ได้แล้วนั้น ต่อมาก็มีผู้สนใจได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้มากขึ้น การรวมตัวเป็นชุมชนที่มีแนวปฏิบัติในด้านต่างๆ ที่มีรูปธรรมชัดเจนอย่างสร้างสรรค์ต่อสังคม อีกทั้งมีผลดีต่อการยกระดับชุมชน สังคม ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ รวมถึงผลต่อระดับโลกในอนาคต ตามคำขวัญที่สมณะโพธิรักษ์ได้กล่าวไว้เมื่อคราแรกเริ่มว่า “ชาวอโศกเกิดขึ้นเพื่อมวลมนุษยชาติ”

### 2.3.5 เทคนิคการลดกิเลสตามแนวทางของสำนักโกสโศก

สำหรับเทคนิคการลดกิเลสอย่างได้ผลเป็น โลกุตระ ตามแนวคำสอนของสำนักโกสโศกนั้น แบ่งออกเป็น 4 ข้อ ได้แก่

2.3.5.1 ผู้ปฏิบัติต้องเข้าถึงกฎไตรลักษณ์ถึงขั้นละกิเลสได้ ไม่เน้นวิธีการนั่งหลับตา กล่าวคือ ชาวพุทธโดยทั่วไปจะอธิบายเรื่องไตรลักษณ์แบบตรรกะธรรมดา คือสิ่งทั้งหลายรอบตัวของเราล้วนไม่จีรังยั่งยืน “เป็นอนิจจัง” ย่อมมีการแตกสลายไปตามกาลเวลาเป็นธรรมดา ไม่มีแก่นสาร “เป็นทุกข์” และ “ไม่มีตัวตน” แต่ทางด้านสำนักโกสโศกโดยสมณะโพธิรักษ์อธิบายว่า คำสอนเหล่านี้ยังเป็นความรู้ขั้นต้นๆ ของระดับโลกีย์เท่านั้น เป็นเพียงการคาดคะเนคิดนึกเอา แต่ไม่สามารถนำพาให้หลุดพ้นได้จริง อีกทั้งไม่ใช่ความพิเศษตามที่พระพุทธเจ้าทรงตรัสสอนไว้

ไตรลักษณ์จำเป็นต้องมีการเจาะลึกถึงที่การลดละกิเลสของแต่ละคนว่า กิเลสทุกตัวสามารถทำให้เป็นอนิจจัง ทุกขัง อนัตตา กล่าวคือ กิเลสเป็นสิ่งที่ไม่เที่ยง ไม่เพิ่มก็ลด อยู่ที่ตัวเราเลือกจะเพิ่มหรือลด กิเลสนั้นเป็นทุกข์ ตั้งอยู่ไม่ทนนาน แต่ตัวเราต้องชำระให้กิเลสตั้งอยู่ไม่ได้ด้วยตัวเอง ไม่ใช่ให้กิเลสลดลงไปเองกิเลสเป็นอนัตตา ไม่มีตัวตนจริง เราสามารถกำหนดชีวิตและจัดการกิเลสในตัวเราให้หมดไปได้

ทิศทางที่จะนำไปสู่การเป็นอริยชน (คนผู้ประเสริฐ) นั้น ต้องทำให้กิเลสลดลงให้ได้ จากที่ไม่เที่ยงในทางอ้วนขึ้นหรือ “เท่าเดิม” มาเป็น “ไม่เที่ยง” ทิศทางนี้ย่อลง คลายลง จึงจะสามารถเข้าถึงไตรลักษณ์แบบโลกุตระหรือแบบทวนกระแสโลก จนที่สุดแล้วกิเลสนั้นดับสนิทอย่างเด็ดขาด จึงจะเป็นการกำจัดกิเลสตามหลักมรรคมีองค์ 8 (สมณะโพธิรักษ์, 2543)

2.3.5.2 ผู้ปฏิบัติต้องแยกให้ชัดเจนระหว่าง “หนีโลก กับ “หนีอโลกล” (โลกุตระ) โดยไม่ต้องหนีสังคมไปหลับตาสมาธิในป่าในถ้ำ (ตะวัน เกียรติบุญญฤทธิ์, 2533) กล่าวคือ สมณะโพธิรักษ์ได้กำชับแก่ชาวอโศกว่าอย่าสับสนในวิธีการลดละกิเลส เพราะปัจจุบันคนโดยทั่วไปมักเข้าใจผิดว่าการลดละกิเลสเป็นการหนีโลกไปทำการปฏิบัติสมาธิหลับตาอยู่ในสถานที่อันห่างไกล สิ่งรบกวน ห่างไกลผู้คน รอคอยบรรลุนิพพานขึ้นมาจาก แต่แท้จริงการหนีโลกไม่ใช่หนทางของพระพุทธองค์เลย ซึ่งเป็นการขัดหลักการที่พระพุทธเจ้าได้ตรัสว่า “ภิกษุในธรรมวินัยนี้ ขวนขวายกิจการน้อยใหญ่กลุ่มหมู่ ขณะเดียวกันก็เพ่งเล็งกล้าในอริสิด อริจิต อธิปัญญา ไปด้วยอุปมาดังแม่โคลูกอ่อนเล็มหญ้าไปพลาง ข้างเลื่อมองลูกน้อยไปพลาง” ซึ่งสมณะโพธิรักษ์ได้ค้นคว้าหลักฐานในพระไตรปิฎก มายืนยันไว้ว่า “พระสมณะโคดมตรัสเองว่า ไม่ได้ตรัสรู้ด้วยวิธีเข้าไปปฏิบัติบำเพ็ญอย่างอดทนทรมานในป่า ดังนั้น 6 ปีที่พระพุทธเจ้าจะมาอุบัติตรัสรู้ แต่พุทธแท้จะปฏิบัติอยู่กับโลกีย์ ไม่ใช่หนีโลกีย์” (สมณะโพธิรักษ์, 2544)

2.3.5.3 ผู้ปฏิบัติต้องแยกให้ชัดเจนระหว่างมิจฉาสมาธิกับสัมมาสมาธิ กล่าวคือ สมณะโพธิรักษ์ได้กล่าวอ้างเสมอว่า จุดผิดใหญ่และเป็นเรื่องสำคัญมากที่คนไม่สามารถปฏิบัติให้เกิดมรรคเกิดผลเป็นอริยบุคคลได้นั้น ก็เนื่องมาจากเหตุที่ทึฐไม่เป็นสัมมา มาตั้งแต่ต้น มัวไปถือว่า “นั่งหลับตาสะกดจิตทำสมาธิ” เป็นหลักปฏิบัติอันเอก ซึ่งต่างจากที่พระพุทธเจ้าได้ตรัสสอนไว้ว่า สัมมาสมาธิของอาริยะนั้นได้มาจากการปฏิบัติมรรค 8 องค์ คือ ต้องเริ่มจากการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตนเองจากอดีตที่เคยมีมิจฉาทิฐิ 10 มิจฉาสังกัปปะ 3 มิจฉาวาจา 4 มิจฉากัมมันตะ 3 มิจฉาอาชีวะ 5 มิจฉาวายามะ มิจฉาสติ ให้เกิดความเจริญก้าวหน้าขึ้นมาอย่างแท้จริง ก็จะได้สัมมาสมาธิ ซึ่งรายละเอียดต้องอธิบาย ศึกษา พัฒนานิสัย พากเพียรไปในทางกายกรรม วชิกรรม มโนกรรม ต่างๆ มากมาย ทั้งภายในจิตใจและในการทำงานอาชีพที่เคยทุจริตให้ดีขึ้น เป็นสุจริตขึ้นตามลำดับ (สมณะโพธิรักษ์, 2543)

2.3.5.4 ผู้ปฏิบัติของค่านึงถึง หลักประโยชน์ตนและประโยชน์เพื่อสังคม ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งสมณะโพธิรักษ์กล่าวยืนยันว่า การปฏิบัติของพุทธายกก็ตรงข้อนี้ ทั้งนี้ผู้ปฏิบัติต้องมั่นฝึกฝนทั้งสองด้านไปพร้อมกัน โดยเฉพาะการทำงานกับคนแต่ละคน ทั้งนี้ยังต้องอ่านใจบุคคลเหล่านั้นไปด้วย เนื่องจากว่าพระพุทธเจ้าไม่ได้สอนว่า การที่จะบรรลุธรรมนั้นจะได้มาจากการหลับตา ซึ่งมีตัวอย่างพระอรหันต์มากมายที่ไม่ได้นั่งสมาธิเลย ก็สามารถบรรลุอรหันต์ได้ เช่น พระสารีบุตร พระยสกุณฑลบุตรและสหาย ฯลฯ

ดังนั้นสมณะโพธิรักษ์จึงพาหมู่ชาวโศกฝึกกลดกิเลสด้วยการทำงานเสียสละเพื่อสังคม ไปพร้อมกับการตรวจดูกิเลสไปพลางๆ อย่างมีวิปัสสนาญาณ กล่าวคือ การตามรู้อาการ และมีเทคนิคการเพ่งเผากิเลสภายในจิตใจอย่างละเอียด สอนเป็นขั้นเป็นตอนเป็นลำดับขั้น ส่งผลให้ชาวโศกมีทั้งความเคร่งครัดในหลักศีลวินัย มีทิศทางพัฒนาถึงระดับอรหันต์แบบนิกายเถรวาท ขณะเดียวกันยังสามารถดำเนินชีวิตด้วยการทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคมในแนวทางโพธิสัตว์ ตามแบบนิคายมหายาน (สมณะโพธิรักษ์, 2544)

### 2.3.6 การทำงานร่วมกันเป็นการปฏิบัติธรรมตามหลักมรรคมืองค์ 8

สมณะโพธิรักษ์มักจะเตือนให้ชาวโศกปรึกษาหารือกัน รวมถึงการประชุมอภิปรายและรับฟังความเห็นผู้อื่น เมื่อที่ประชุมลงมติแล้ว ก็ให้ทุกคนละทิฐิ ปฏิบัติตามมตินั้น จึงจะเป็นการปฏิบัติธรรมไปในตัว ทั้งนี้ยังดำเนินผู้ที่ชอบปลีกตัวโดดเดี่ยวไปเข้าหมู่กลุ่มว่าไม่แข็งแรง เพราะถ้ายังไม่ผ่านการทำงานร่วมกันแล้ว ผู้นั้นถือว่ายังไม่ผ่านบทฝึกปฏิบัติจริงตามหลักมรรคมืองค์ 8 เพราะมีแต่มนุษย์ด้วยกันเท่านั้นที่จะเป็นตัวขัดเกลาและกระตุ้นให้เกิดกิเลส และลดกิเลสได้ดีที่สุด

“หากแต่มีผลพบเห็นหน้า ฝึกสมาธิหลับตาในป่าเขา ย่อมไม่อาจขุดคุ้ยกิเลสอาสวะขึ้นมาชำระล้างได้อย่างหมดจด การดำเนินชีวิตตามอริยมรรคนี้ จึงเป็นเรื่องทำในชีวิตประจำวัน ทุกที่ ทุกทาง ทุกเวลา และกับทุกๆ คนที่มีความเกี่ยวข้อง โดยการปฏิบัติจนเกิดคุณสมบัติที่เป็นพุทธะ กล่าวคือ รู้เท่าทันเล่ห์เหลี่ยมชาวโลก (โลกวิทู) ทำตนให้พ้นหรือให้อยู่เหนือความเป็นทาสโลก โลกียาได้ (โลกุตระ) และสามารถเกื้อกูลเสียสละช่วยชาวโลกได้ด้วย (โลกานุกัมปายะ) (สิทธิสังจะ วิมุตตินันท์, 2528)

สัมมาอริยมรรคมีองค์ 8 (มหาจิตตาริสกสูตร มัชฌิมนิกาย อุปริปัณณาสก์ พระไตรปิฎก เล่ม 14 ข้อ 252-281) ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญของวิถีอโศกที่สมณะโพธิรักษ์ได้นำมาใช้ปฏิบัติจริงในชุมชนอโศกหรือในระบบบุญนิยมนี้ โดยที่ สู้ดิน ชาวหินฟ้า ได้อธิบายไว้ดังนี้

2.3.6.1 สัมมาทิฐิ เป็นความรู้แจ้งเห็นจริง โดยแบ่งออกเป็น 2 ชั้น กล่าวคือ ความรู้แจ้งเห็นจริงในขั้นแรกนั้น เป็นขั้นของเหตุที่นำไปสู่ผล หรือ “มรรค” เป็นความเห็นผิด (มิจฉา) อันเป็นส่วนน้อย พัฒนาไปสู่ความเห็นผิดเป็นส่วนใหญ่และในขณะเดียวกันก็ยังมีความเห็นชอบ (สัมมา) ที่เป็นส่วนน้อยอยู่บ้าง พัฒนาไปสู่ความเห็นชอบเป็นส่วนใหญ่ แต่ในขณะเดียวกันก็ยังมีความเห็นผิดอยู่บ้างเช่นกัน จากนั้นพัฒนาไปสู่ความเห็นชอบทั้งหมด ขั้นถัดมาเป็นขั้นของผลที่ทำให้เกิดอาริยะ หรือ “ผล” ซึ่งในขั้นนี้นั้นจะเริ่มจากระดับความรู้ (ปัญญา) ระดับขององค์ความรู้ (ปัญญินทรีย์) ระดับของกำลังแห่งปัญญา (ปัญญาพละ) ระดับของการวิจยองค์ความรู้ (ธัมมวิจยสัมโพชฌงค์) จนสำเร็จเป็นความเห็นชอบ (สัมมาทิฐิ) ที่สมบูรณ์ถูกต้อง (เป็นองค์แห่งมรรค) เมื่อทำได้ถึงขั้นนี้ก็เกิดอาริยะ (สู้ดิน ชาวหินฟ้า, 2549)

นอกจากนี้ในทุกๆ ขั้นตอนที่กล่าวถึงข้างต้นยังประกอบด้วยตัวช่วย 2 ตัว ซึ่งตัวแรกนั้น คือ ความพยายามให้ขั้นของมรรคและผลเกิดขึ้นจริง หรือที่เรียกว่า “พยายามชอบ” (สัมมาวายามะ) ตัวถัดมา คือ การดำรงสติมั่น เพื่อช่วยให้ขั้นของมรรคและผลดังกล่าวเกิดขึ้นจริงเช่นกัน หรือที่เรียกว่า “ระลึกรู้ชอบ” (สัมมาสติ)

ทั้งนี้ในกระบวนการสัมมาทิฐิยังต้องอาศัยปัจจัยนำเข้า (Input) ถึง 4 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่

1) เรียกว่า “สังกัปปะ” หมายถึง ความดำริหรือความคิด ในเรื่องของกิเลส กาม ความอาฆาตพยาบาท การเบียดเบียนผู้อื่น เมื่อเข้าสู่กระบวนการสัมมาทิฐิในขั้นของมรรคจะเรียกว่า “สัมมาสังกัปปะ” กล่าวคือ ความคิดชอบในการออกจากกาม (เนกขัมมสังกัปโป) ความคิดชอบที่จะลด ละ เลิก พยาบาท (อพยาบาทสังกัปโป) ความคิดชอบที่จะลด ละ เลิกการเบียดเบียน (อวิหิงสาสังกัปโป) และส่งผลสืบเนื่องต่อไปสู่ขั้นของผลซึ่งเป็นความคิดในระดับโลกุตระ อันได้แก่ ความตริัก (ตักโก) ความวิตก (วิตักโก) ความดำริ (สังกัปโป) ความแน่ว (อัปปนา) ความแน่ว (พยัปป

นา) ความปึกใจ (เจตโส อภินิโรปนา) วิสังขาร (วิสังขารโ) ส่งผลให้เกิดพลังของความคิดที่บริสุทธิ์ และสูงขึ้นไปเรื่อยๆ ตัดเหตุแห่งการคิดร้าย ไม่ละเมิดศีลข้อ 1-5

2) เรียกว่า “วาจา” อันได้แก่ การพูดเท็จ พูดส่อเสียด พูดหยาบคาย พูดเพื่อเจ้อ เป็นต้น เมื่อเข้าสู่กระบวนการสัมมาทิฐิในขั้นของมรรคจะเรียกว่า “สัมมาวาจา” กล่าวคือ มีเจตนาลด ละ เลิกการพูดเท็จ (มุสาวาทา เวรมณี) มีเจตนาลด ละ เลิกการพูดส่อเสียด (ปิสุณาย วาจา เวรมณี) มีเจตนาลด ละ เลิกการพูดหยาบคาย (ผรุสสาย วาจา เวรมณี) มีเจตนาลด ละ เลิกการพูดเพื่อเจ้อ (สัมพัปปลาปะ เวรมณี) และส่งผลสืบเนื่องต่อไปสู่ขั้นของผลอันเป็นความมด (อารติ) ความเว้น (วิริติ) ความเว้นขาด (ปฏิวิริติ) เจตนางดเว้น (เวรมณี) ส่งผลให้เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ มีวาจาที่เป็นสาระ ไม่ละเมิดศีลข้อ 4

3) เรียกว่า “กัมมันตะ” หมายถึง การกระทำปาณาติบาตหรือการฆ่า ลักขโมย ประพฤติผิดในกาม เมื่อเข้าสู่กระบวนการสัมมาทิฐิในขั้นของมรรคจะเรียกว่า “สัมมากัมมันตะ” กล่าวคือ มีเจตนางดเว้น (เลิกเด็ดขาด) จากการฆ่า (ปาณาติปาตา เวรมณี) การลักขโมย (อทินนาทานา เวรมณี) การประพฤติผิดในกาม (กามสุมิจฉาจารา เวรมณี) และส่งผลสืบเนื่องต่อไปสู่ขั้นของผลอันเป็นความมด (อารติ) ความเว้น (วิริติ) ความเว้นขาด (ปฏิวิริติ) เจตนางดเว้น (เวรมณี) ส่งผลให้เป็นบุคคลที่น่าเคารพ กราบไหว้ น่าไว้วางใจ ไม่ละเมิดศีลข้อ 1 ข้อ 2 และข้อ 3

4) เรียกว่า “อาชีวะ” หมายถึง การประกอบอาชีพในการโกงหรือหลอกลวงโกหก (กุหนนา) ล่อลวง (ลปนา) ตลบตะแลง (เนमितตกตา) ขอมมอมปนในทางผิด (นิปเปสิกตา) เอาลากแลกแลก (ลาเกณ ลาภัง นิชิคิงสนตา) เมื่อเข้าสู่กระบวนการสัมมาทิฐิในขั้นของมรรคจะเรียกว่า “สัมมาอาชีวะ” กล่าวคือ เป็นการเลิกหรือละการประกอบอาชีพที่ไม่ดีต่างๆ ซึ่งจะเกิดผลสืบเนื่องต่อไปในขั้นผล อันเป็นความมด (อารติ) ความเว้น (วิริติ) ความเว้นขาด (ปฏิวิริติ) เจตนางดเว้น (เวรมณี) ส่งผลให้เกิดการเสียดละ ทำงานฟรีได้ (อาชีวะในระดับสูงสุด คือ ทำงานฟรี) ไม่หลงมัวเมาในโลกธรรมทั้ง 8 เป็นต้นทุนทางสังคมในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

### 2.3.7 วิถีโสภประกอบด้วยคุณลักษณะ 11 ประการ

จึง เชียงฟ้าชื่อ (2545) ได้สรุปคุณลักษณะเด่นของการสร้างคนแบบชาวอโศกไว้ 11 ประการ ได้แก่

2.3.7.1 ทวนกระแสกับทุนนิยม แต่ไม่ได้เป็นศัตรูกับทุนนิยม เพราะบุญนิยมมุ่งให้ส่วนทุนนิยมมุ่งกอบโกย

2.3.7.2 มีคุณธรรมเข้าเขตโลกุตระ คือ อยู่เหนือกิเลสได้

2.3.7.3 ทำได้ยาก แต่แม้ยากก็ต้องทำ เพราะเป็นสิ่งที่ดีงาม

2.3.7.4 เป็นไปได้ ไม่ใช่เรื่องเพื่อฝัน

2.3.7.5 เป็นสัจธรรมแท้สำหรับมนุษย์และสังคม

2.3.7.6 ถ้าไร คือ การให้ การเสียสละ

2.3.7.7 เน้นสร้างคนให้มีคุณธรรมและพันธุจักจันประสบผลสำเร็จเป็นเรื่องหลัก ส่วนการสร้างรายได้ การสร้างวัตถุทรัพย์ อันได้แก่ ลาภ ยศ สรรเสริญ และ โลภียสุขให้แก่ตน หรือ การสร้างวิชาการถือเป็นเรื่องรอง

2.3.7.8 เข้าถึงสภาวะธรรมขั้นเปลี่ยนแปลงพัฒนาจิตวิญญาณ

2.3.7.9 ความอุดมสมบูรณ์จะอยู่ที่ส่วนรวมหรือส่วนกลาง

2.3.7.10 เชิญชวนให้มาพิสูจน์ได้ เช่นเดียวกับการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์

2.3.7.11 จุดสัมบูรณ์ คือ อิศรเสริภาพ ภราครภาพ สันติภาพ สมรรถภาพ และบูรณภาพ

จากข้อมูลที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนี้ พบว่า อโศกจะเน้นการให้ความสำคัญที่คุณธรรมและคุณภาพของคนซึ่ง สมณะโพธิรักษ์ (2538) เคยกล่าวไว้ในหนังสือเล่มหนึ่งไว้ว่า

“ถ้าคนเลว ระบบเลว โลกหายนะ (กลียุค) คนเลว ระบบดี สังคมก็ไม่รอด คนดี ระบบเลว สังคมยังไปรอด (สมัยโบราณ) คนดี ระบบดี สังคมอุดมสมบูรณ์ผาสุก”

ดังนั้นการจะสร้างคนจำเป็นต้องฝึกคนให้ดีเสียก่อน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับสังคมมนุษย์ทุกระบบ ไม่ว่าจะเป็นทุนนิยมหรือเสรีนิยม อันจะเห็นได้จากการที่ชาวอโศกมีการสร้างสรรค์ผลงานด้านต่างๆ อยู่ในวงการต่างๆ ประกอบอาชีพที่หลากหลาย ซึ่งล้วนส่งผลต่อสังคมในด้านดี เป็นตัวอย่างของการสร้างสรรค์ที่ชัดเจนและเป็นไปได้จริง

## 2.3.8 หลักการพัฒนาคนและสังคมตามวิถีอโศก (ระบบบุญนิยม) 10 ข้อ

จิ่ง เชียงฝ่าซือ (2545) ได้อธิบายถึงหลักการพัฒนาคนและสังคมตามวิถีอโศกหรือ “บุญนิยม” นั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของการเสียสละ สร้างสรรค์ เอื้อเพื่อเกื้อกูล เนื่องจากมุ่งต้องการลดละกิเลส และยกระดับจิตวิญญาณ ได้แก่

2.3.8.1 มีคนที่มีสัมมาทิฐิเป็นแก่นแท้

2.3.8.2 มีศาสนา นำหลักของศาสนามาสร้างคน

2.3.8.3 มีงานที่ทำให้พึ่งพาตนเองได้ และเป็นที่พึ่งของสังคมได้

2.3.8.4 มีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายดีงาม

2.3.8.5 มีวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดความรักความผูกพัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในสังคม

2.3.8.6 มีภราดรภาพ

2.3.8.7 มีการศึกษาสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นถัดไป

2.3.8.8 มีการเผยแพร่สิ่งดีๆ ออกสู่สังคม

2.3.8.9 มีการตลาด

2.3.8.10 มีบูรณาการในอิสสระเสรีภาพ ภราดรภาพ สุขสันติ สมรรถนะและบูรณภาพ

จากหลักการที่กล่าวถึงข้างต้นทั้ง 10 ข้อนี้ ล้วนเป็นจริงในชุมชนของชาวอโศก ยกตัวอย่าง เช่น ชุมชนปฐมอโศก ถือได้ว่าเป็นชุมชนวิถิอโศก (บุญนิยม) แห่งแรกที่มีการรวมตัวกันของกลุ่ม

จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ “วิถิอโศก” ที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนี้ ช่วยให้เข้าใจถึงความเป็นมาและองค์ประกอบที่สำคัญตามวิถิอโศกที่ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการสร้างแบบสอบถามถึงโครงสร้าง การวิเคราะห์ และการอภิปรายผลการวิจัยในขั้นต่อไป

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก” ประกอบด้วยรายละเอียดขั้นตอนวิธีวิจัยดังนี้

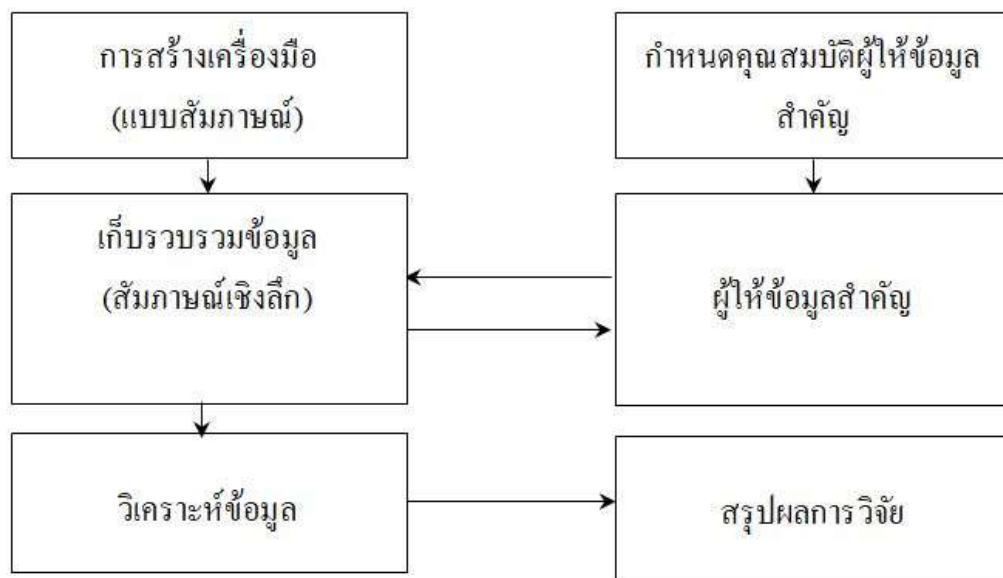
- 3.1 แบบแผนการวิจัย
- 3.2 ศึกษาเอกสาร
- 3.3 กำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- 3.4 วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.7 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ
- 3.8 การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.9 การนำเสนอข้อมูล

#### 3.1 แบบแผนการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารหลักฐาน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านพุทธศาสนาและด้านวิชาการจากพุทธสถานอโศก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนที่เป็นแบบแผนสำหรับการวิจัยดังนี้ ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารหลักฐาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ขั้นที่ 2 กำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ขั้นที่ 3 คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งได้จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก กลุ่ม

นักบวชหญิงชาวอโศก และกลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้แก่ นักวิชาการชาวอโศก ผู้ทรงคุณวุฒิชาวอโศก หรือตัวแทนญาติธรรมชาวอโศก นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละกลุ่ม จะต้องที่มีความรู้ความเข้าใจและสามารถตอบประเด็นปัญหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ขั้นที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ 1) การจัดระเบียบข้อมูล 2) การแสดงข้อมูล 3) กระบวนการหาข้อสรุป และขั้นที่ 6 ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปข้อมูลจากการศึกษา โดยเรียบเรียงตามลำดับขั้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างเป็นระบบ ดังนี้



ภาพที่ 3.1 แบบแผนการวิจัย

### 3.2 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ตอนที่ 3 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และตอนที่ 4 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยผู้วิจัยได้รวบรวมและศึกษาข้อมูลจากเอกสารหลักฐาน ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ก่อนดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์

### 3.3 กำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้เพิ่มเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญไว้ 5 ประการ ได้แก่ 1) เป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักธรรมในพุทธศาสนา หรือมีความรู้ทางวิชาการในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งเทคนิคการพิจารณาเลือกสรรเอาประโยชน์จากสื่อของพุทธสถานอโศก (วิปัสสนาจอแก้ว) เป็นอย่างดี 2) เป็นผู้มีส่วนร่วมในการฝึกปฏิบัติธรรมตามแนวทางของพุทธสถานอโศก หรือเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการพิจารณาเลือกสรรเอาประโยชน์จากสื่อของพุทธสถานอโศก (วิปัสสนาจอแก้ว) โดยสามารถตอบคำถามในประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้อย่างครอบคลุมชัดเจน 3) เป็นผู้ที่มีความสำคัญของผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่สามารถโน้มน้าวหรือชักจูงบุคคลอื่นๆ ให้มีความคิดเห็นคล้อยตามกับแนวคิดของตนเอง ทั้งด้านหลักธรรมและด้านวิชาการ รวมทั้งเทคนิคการพิจารณาเลือกสรรเอาประโยชน์จากสื่อ (วิปัสสนาจอแก้ว) ตลอดจนสามารถเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงทางความคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างรอบรู้ 4) เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับนับถือทั้งภายในและภายนอกพุทธสถานอโศก และ 5) เป็นผู้ที่มีความตั้งใจให้มีส่วนร่วมในการวิจัยครั้งนี้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจรายชื่อผู้ที่มีคุณสมบัติในการเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับพุทธสถานอโศก จากกลุ่มญาติธรรมในพุทธสถานอโศก จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 รูป/ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก จำนวน 2 รูป กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก จำนวน 2 ท่าน กลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้แก่ นักวิชาการชาวอโศก ผู้ทรงคุณวุฒิชาวอโศก หรือตัวแทนญาติธรรมชาวอโศก จำนวน 11 ท่าน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 15 รูป/ท่าน มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกลั่นกรองผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ได้ผู้ที่มีความรู้และมีความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาอย่างแท้จริง เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงลึกแบบเฉพาะกลุ่ม ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยจะต้องเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่มีความน่าเชื่อถือ และข้อสรุปที่มีคุณภาพ

### 3.4 วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้นจำนวน 15 รูป/ท่าน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงและจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ผลการพิจารณาคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากพุทธสถานอโศก แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก จำนวน 2 รูป กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก จำนวน 2 ท่าน กลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้แก่ นักวิชาการชาวอโศก ผู้ทรงคุณวุฒิชาวอโศก หรือตัวแทนญาติธรรมชาวอโศก จำนวน 11 ท่านรวมสิ้น 15 รูป/ท่าน ดังนี้

#### 3.4.1 กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก

เป็นนักบวชผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับ “วิปัสสนาจอแก้ว” ทั้งผู้พัฒนาหลักนวัตกรรมการทางศาสนาเพื่อนำไปเพิ่มพูนการปฏิบัติธรรมได้ดียิ่งขึ้น ผู้ชี้แนะเน้นนำหรือผู้รู้ มีลักษณะของผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ได้รับการยอมรับ และเต็มใจให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

3.4.1.1 สมณะโพธิรักษ์ เป็นผู้นำหมู่กลุ่มชาวอโศก มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทางธรรมอย่างละเอียด มีประสบการณ์ด้านสื่อ เชี่ยวชาญด้านวรรณศิลป์ การประพันธ์ ฯลฯ และเป็นผู้พัฒนานวัตกรรมการทางศาสนา “วิปัสสนาจอแก้ว” ที่นำมาใช้ในการฝึกปฏิบัติธรรมแก่หมู่กลุ่มชาวอโศก

3.4.1.2 สมณะลานศิลป์ เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทางธรรม ทั้งนี้ยังมีความรู้ทางด้านการโฆษณา

#### 3.4.2 กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก

เป็นนักบวชผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับ “วิปัสสนาจอแก้ว” ทั้งผู้พัฒนาหลักนวัตกรรมการทางศาสนาเพื่อนำไปเพิ่มพูนการปฏิบัติธรรมได้ดียิ่งขึ้น ผู้ชี้แนะเน้นนำหรือผู้รู้ มีลักษณะของผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ได้รับการยอมรับ และเต็มใจให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

3.4.2.1 สิกขมาตุสัจฉิกตา เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทางธรรม ทั้งนี้ยังมีความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์

3.4.2.2 สิกขมาตุเทียนคำเพชร เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทางธรรม ทั้งนี้ยังมีความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์

### 3.4.3 กลุ่มฆราวาสชาวอโศก

ประกอบด้วยผู้ที่เคยเข้าร่วมหรือเคยศึกษาแนวทางการปฏิบัติธรรมด้วย “วิปัสสนาจอแก้ว” เป็นผู้มีความรู้ในด้านสื่อหรือด้านการศึกษาประกอบอาชีพด้านสื่อ ประกอบอาชีพด้านการศึกษา หรือประกอบอาชีพในด้านอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง มีลักษณะของผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ได้รับการยอมรับ และเต็มใจให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

3.4.3.1 คุณดินนา โคตรบุญอารียะเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับสื่อช่องบุญนิยมทีวี ของพุทธสถานอโศก

3.4.3.2 คุณสุติน ชาวหินฟ้า เป็นผู้มีประสบการณ์ทำงานในสายวิชาการอาจารย์ ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก และมีผลงานทางวรรณกรรม

3.4.3.3 คุณแรงเกื้อ ชาวหินฟ้า เป็นผู้มีประสบการณ์ทำงานในสายวิชาการอดีต ผู้แทนครู คณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (กปช.) อดีตผู้จัดการโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก และมีผลงานทางวรรณกรรม

3.4.3.4 คุณวาสนา ปัญญาบุญนิยม เป็นผู้มีประสบการณ์ทำงานในสายวิชาการ อาจารย์พิเศษระดับอุดมศึกษา สาขาปฐมวัยและรัฐประศาสนศาสตร์ นอกจากนี้ยังเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ในการตรวจประเมินวิทยฐานะของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา

3.4.3.5 คุณวัชรภรณ์ มาร์คุช ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบ อาชีพทางด้านสายการศึกษามีประสบการณ์ในการเป็นวิทยากร อาสาสมัครฯ พิธีกรงานสำคัญต่างๆ ของพุทธสถานอโศก นอกจากนี้ยังเป็นผู้ผ่านเข้ารอบ 12 คนสุดท้ายจากการประกวด Miss Lady Thailand

3.4.3.6 คุณรัตนพงษ์ วันละ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบ อาชีพทางด้านสื่อสารมวลชน มีประสบการณ์ทางด้านการกำกับการแสดง ภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ เขียนบทละคร

3.4.3.7 คุณศทาวุฒิ ยุพราช ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบอาชีพ ทางด้านสื่อสารมวลชนมีประสบการณ์ทางการทำข่าว รายการโทรทัศน์ ช่อง 13 สยามไทย

3.4.3.8 คุณนิติศักดิ์ เจริญสอน ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบ ธุรกิจส่วนตัวมีประสบการณ์ทางด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์, การตลาด, พิธีกรงานสำคัญต่างๆ ของพุทธสถานอโศก

3.4.3.9 คุณภัสสร วุฒิยะพงษ์ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบ ธุรกิจส่วนตัวมีประสบการณ์ทางการโฆษณา

3.4.3.10 คุณนริศร์ วิลามาศ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาศรีษะอโศก ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีประสบการณ์ด้านการถ่ายภาพและวิทยาการคอมพิวเตอร์

3.4.3.11 คุณเต็มชัย แต่สุวรรณ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีประสบการณ์ด้านการถ่ายภาพและวิศวกรรมโยธา

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก จำนวน 2 รูป กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก จำนวน 2 ท่าน และกลุ่มฆราวาสชาวอโศก จำนวน 11 ท่าน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีอายุระหว่าง 35-82 ปี ระดับการถือศีลก็แตกต่างกันไปตามฐานะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้สมาทานศีลตั้งแต่ศีล 5 ไปจนถึงศีลวินัย 227 ข้อ (ปาติโมกข์) และจุลศีล มัชฌิมศีล มหาศีล ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ปฏิบัติธรรมตามวิถีอโศกมากกว่า 20 ปีขึ้นไป และผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับเทียบเท่าปริญญาตรีขึ้นไป

### 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

#### 3.5.1 แบบสัมภาษณ์

ในการสร้างแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ และได้รวบรวมข้อมูลสำคัญที่มีความสอดคล้องหรือใกล้เคียงกับประเด็นที่กำลังศึกษาเพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยใช้กรอบคำถามชนิดปลายเปิด เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะได้มีอิสระในการตอบคำถามอย่างเต็มที่โดยไม่มีการชี้นำ

ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทุกประเด็นปัญหาสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาคาดว่า จะต้องใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณรูป/ท่านละ 1-2 ชั่วโมง ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านพุทธศาสนาที่มีความรู้และความเข้าใจในหลักธรรมทางพุทธศาสนา รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญสาขาวิชาการในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ อาทิ นิเทศศาสตร์ ครุศาสตร์ เป็นต้นทั้งนี้ขณะสัมภาษณ์ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความเหมาะสมของช่วงเวลาในการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้เตรียมแนวประเด็นคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 4 ตอน ได้แก่

3.5.1.1 ตอนที่ 1 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

- 1) การรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกแบ่งออกเป็นกี่มิติ?
- 2) การรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกหมายถึงอะไร?
- 3) เป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกคืออะไร?
- 4) ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกคืออะไร?
- 5) คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศกคืออะไร?

3.5.1.2 ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

- 1) ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกแบ่งออกเป็นกี่ขั้น?
- 2) ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกเป็นอย่างไร?

- 3) องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกเป็นอย่างไร?
- 4) ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกเป็นอย่างไร?
- 5) การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศกแบ่งออกเป็นกี่มิติ?

3.5.1.3 ตอนที่ 3 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

- 1) ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และส่งผลอย่างไร?

3.5.1.4 ตอนที่ 4 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

- 1) ชื่อและนามสกุล
- 2) เพศ
- 3) อายุ
- 4) ระดับการถือศีล
- 5) ระยะเวลาการปฏิบัติธรรมตามวิถีอโศก

### 3.6 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 ตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้วิจัยเป็นการตรวจสอบเบื้องต้น เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของประเด็นต่างๆ ที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของเครื่องมือกับคำถามการวิจัย และวัตถุประสงค์การวิจัย ถ้าสอดคล้องกันแสดงว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และขั้นที่ 2 ตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือและ ผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎี โดยผ่านการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ครอบคลุมในประเด็นที่ต้องการศึกษา และมีความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

### 3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

#### 3.7.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบไม่เป็นทางการ ควบคู่กับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยวิธีการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง (Face to Face) จนพบความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์ (Naiyapat, 2005) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้กำหนดแบบแผนขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

3.7.1.1 ขั้นเตรียมผู้ให้ข้อมูลสำคัญผู้วิจัยจะทำการนำส่งหนังสือเรียนเชิญอย่างเป็นทางการไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยมีคำรับรองจากผู้อำนวยการประจำหลักสูตรการศึกษา เพื่อขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์ พร้อมแนบหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัย เอกสารชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับหัวข้อการวิจัย และนัดหมายวัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์

ในบางกรณีผู้วิจัยอาจใช้วิธีการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยตรง เพื่อทำการแนะนำตนเองและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับหัวข้อการวิจัย และนัดหมายวัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยรายละเอียดเกี่ยวกับหัวข้อการวิจัยที่ผู้วิจัยจะทำการชี้แจงได้แก่ หัวข้อการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย และระยะเวลาที่จะใช้ในการสัมภาษณ์

3.7.1.2 ขั้นเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยจะเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยตนเอง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิธี

อโศกกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) แบบไม่เป็นทางการ เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลเชิงลึกมากที่สุด และอาจใช้วิธีซักถามแบบเจาะจงในประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความละเอียด ครอบคลุมทุกประเด็นคำถามและเนื้อหาตามที่ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ พร้อมบันทึกเสียงการสนทนาสลับกับการจดบันทึกในขณะสัมภาษณ์ ร่วมกับการสังเกต ในกรณีที่ผู้วิจัยไม่สามารถนัดหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญผ่านทางโทรศัพท์แทน เพื่อให้ได้ข้อมูลมาทำการการวิเคราะห์ในขั้นถัดต่อไป

### 3.8 การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.8.1 การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วย การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2557) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านนักบวชชาว ด้านฆราวาสชาวอโศก และด้านเอกสาร

#### 3.8.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) ตามชนิดของข้อมูล (Typologies) เพื่อสร้างข้อสรุปให้มีความครอบคลุม ถูกต้อง และสมบูรณ์มากที่สุด (สุภางค์ จันทวานิช, 2557)

### 3.9 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำเสนอรายงานผลการวิจัยจากการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ในรูปแบบการพรรณนาความ (Descriptive) ให้มีเหตุผลต่อเนื่อง โดยจะเริ่มจากการบรรยายขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล และข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมทั้งนำข้อมูลคำสนทนาหรือคำสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลมาแสดงเป็นหลักฐาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนมากขึ้น

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก” โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและผลของข้อมูล จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก จำนวน 2 รูป กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก จำนวน 2 ท่าน กลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้แก่ นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือตัวแทนญาติธรรมชาวอโศก จำนวน 11 ท่าน ซึ่งการศึกษารั้ครั้งนี้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในหลักการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก กระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ซึ่งครอบคลุมประเด็น ดังนี้

- 4.1 ตอนที่ 1 หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก
- 4.2 ตอนที่ 2 แนวทางการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก
- 4.3 ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

#### 4.1 ตอนที่ 1 หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม แบ่งออกเป็น 5 ข้อคือ ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก องค์ประกอบ (มิติ) ของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และคุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

##### 4.1.1 ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ผลการศึกษาความหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวอโศกได้นิยามความหมายการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกไว้ 2 ความหมาย คือ

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การรู้เท่าทันโลก ผ่านการเปิดรับสื่อวิทัศน์ประเภทต่างๆ ซึ่งเป็นยุทธวิธีที่นำไปสู่การศึกษาระยะแนวใหม่ เป็นการเรียนรู้สมมติสัจจะ อันเป็นความรู้ทางโลก เพื่อศึกษาความเป็นไปของสังคมในด้านต่างๆ เช่น ภาษา วัฒนธรรม ค่านิยม เป็นต้น โดยมีแนวคิดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

ความหมายที่ 1 มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มนักบวชชาวอโศกจำนวน 3 จาก 4 ราย ได้นิยามความหมายที่สอดคล้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยสามารถสรุปได้ว่า

สมณะโพธิรักษ์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การรู้เท่าทันโลกก็รู้แจ้งจริงในความเป็นโลกีย์ ที่ตนเคยเป็นทาส และปฏิบัติจนสามารถ บรรลุธรรม มีจิตโลกุตระ อยู่เหนือ สิ่งที่ตนเคยเป็นทาสได้ถาวร เรียกว่า โลกวิทู”

สมณะลานศิลป์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การเรียนรู้โลกอย่างรู้เท่าทันในความเป็นไปของสังคมมนุษย์ ด้วยการเปิดรับสื่อวิทัศน์ประเภทต่างๆ ซึ่งเป็นยุทธวิธีที่นำไปสู่การศึกษาระยะแนวใหม่”

สิกขมาตุสัจฉิกตา (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การเรียนรู้สมมติสัจจะ อันเป็นความรู้ทางโลก โดยการรับชมสื่อวิทัศน์ที่ผ่านการตรวจสอบและคัดเลือกเรียบร้อยแล้ว เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของมนุษย์ในด้านต่างๆ เช่น ภาษา วัฒนธรรม ค่านิยม เป็นต้น”

ความหมายที่ 2 มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มนักบวชชาวอโศกจำนวน 1 จาก 4 ราย ได้นิยามความหมายการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกที่มีความแตกต่าง โดยสามารถสรุปได้ว่า หมายถึง การเรียนรู้วิธีการเปิดรับสื่อทุกประเภทอย่างมีสติ สามารถแยกแยะได้ว่าสื่อมีทั้งประโยชน์และโทษ รวมถึงผลกระทบต่อความคิด ความรู้สึก ของผู้ชมในขณะที่เปิดรับสื่อ

สิกขมาตุเทียนคำเพชร (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การเรียนรู้วิธีการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันว่าสื่อทุกประเภทมีทั้งประโยชน์และโทษที่จะส่งผลกระทบต่อความคิด ความรู้สึกของผู้ชมในขณะที่เปิดรับสื่อ”

ขณะที่กลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้นิยามความหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกไว้ 1 ความหมาย ดังนี้

ความหมายที่ 1 มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มฆราวาสชาวอโศกจำนวน 11 จาก 11 ราย ได้นิยามความหมายที่สอดคล้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยสามารถสรุปได้ว่า หมายถึง การมีทักษะในการวิเคราะห์สื่อ รู้จักและเข้าใจกลไกการทำงานของสื่อประเภทต่างๆ อย่างเช่น ละคร โทรทัศน์ ภาพยนตร์ รายการข่าว รายการสารคดี เป็นต้น โดยใช้วิธีคิดแบบโยนิโสมนสิการในการพิจารณาแยกแยะองค์ประกอบของสื่อ รู้ทันเนื้อหาสาระที่สื่อนำเสนอหรือถ่ายทอดออกมาอย่างมีความเข้าใจและรู้ทันในความมีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ต่อตนเอง

การรู้จักและเข้าใจกลไกการทำงานของสื่อประเภทต่างๆ เช่น รู้ว่าสื่อส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้ชมอย่างไร และเข้าใจว่าสื่อแต่ละประเภทมีธรรมชาติและคุณลักษณะที่เป็นองค์ประกอบแตกต่างกันออกไป รวมถึงรู้ทันวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของสื่อแต่ละชนิดที่แตกต่างกันตามแต่ละประเภทของสื่อ (คินนา โคตรบุญอาริยะ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

สู่ดิน ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การมีสติในขณะที่กำลังรับชมโทรทัศน์ โดยการตรวจพิจารณากลับกรองให้เห็นถึงสิ่งที่เป็นประโยชน์และสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์ที่แฝงอยู่ในเนื้อหาสาระเหล่านั้น โดยใช้วิธีการคิดวิเคราะห์แบบโยนิโสมนสิการ”

แรงเกื้อ ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การพิจารณาปรากฏการณ์ที่เป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ อย่างเช่น ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ รายการข่าว รายการสารคดี เป็นต้น เพื่อให้รู้ทันสภาวะที่เป็นจริง ผ่านกระบวนการพิจารณาปัญหา ด้วยการค้นหาสาเหตุและปัจจัยที่สัมพันธ์ส่งผลสืบทอดกันมา”

วาสนา ปัญญาบุญนิคม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การใช้ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์แบบพุทธ เพื่อแยกแยะองค์ประกอบของสื่อได้อย่างมีความเข้าใจที่ถูกต้อง เนื่องจากสื่อแต่ละส่วนใหญ่มักใช้เพื่อการค้า หาผลประโยชน์ นำไปสู่การมอมเมากิเลสและคั่นหาคนดูได้มาก”

วัชรภรณ์ มาอุทซ์ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะที่สามารถคัดเลือกหรือรับเอาสิ่งที่มีประโยชน์และมีคุณค่าจากการดูรายการต่างๆ ทางโทรทัศน์หรือสื่ออื่นๆ โดยใช้วิธีคิดวิเคราะห์แบบพุทธมาใช้ในการพิจารณา”

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ความสามารถในการเปิดรับสื่ออย่างรู้ตัวเสมอ ทั้งนี้จะต้องสามารถวิเคราะห์แยกแยะสิ่งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ต่อตัวเราได้”

ศทาวุฒิ ยุพราช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การอ่านสื่ออย่างมีความเข้าใจในความมีคุณค่าสาระที่เป็นประโยชน์ ส่วนไหนที่ไม่มีคุณค่าสาระพอที่จะนำมาใช้หรือเห็นว่าจะส่งผลเสียต่อตัวเราก็สามารถรับรู้ได้”

นิติศักดิ์ เจริญสอน (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การใช้วิธีคิดแบบพุทธมาใช้ในการพิจารณาเนื้อหาสาระที่สื่อนำเสนอหรือถ่ายทอดออกมาอย่างมีความเข้าใจและรู้ทันในความมีประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง”

ภัสสร วุฒิชะพงษ์ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การรู้จักเลือกเปิดรับสื่ออย่างมีสติ สามารถนำเอาสิ่งที่สื่อถ่ายทอดมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของเราได้ เพราะเรื่องราวต่างๆ ในสื่อคือภาพสะท้อนบทบาทการดำเนินชีวิตของคนเรา”

นริศร์ วิลามาศ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ความเข้าใจและรู้เท่าทันอารมณ์ ความคิดของเรา ขณะที่นั่งดูรายการโทรทัศน์หรือสื่อในรูปแบบอื่นๆ โดยสามารถรับรู้ได้ว่าสิ่งที่เรากำลังดูอยู่นี้ เกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่ และมีสิ่งไหนบ้างที่ไม่ดี ไม่เป็นประโยชน์ และไม่ควรทำบ้าง”

การรู้ทันความคิดของตนเองที่เป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อ เมื่อรู้ทันความคิดที่เกิดขึ้น เราก็จะสามารถพิจารณาย้อนกลับไปที่ตัวสื่อได้อย่างมีความเข้าใจและรู้ทันในวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่สื่อกำลังสื่อสารหรือบอกกับเรา โดยสามารถแยกแยะสิ่งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ได้ (เต็มชัย แด่สุวรรณ, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

#### 4.1.2 องค์ประกอบ (มิติ) ของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ผลการศึกษาองค์ประกอบ (มิติ) ของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวอโศก ได้กำหนดองค์ประกอบ (มิติ) ของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

สำหรับองค์ประกอบ (มิติ) ของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มนักบวชชาวอโศกได้ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นไปในแนวทางเดียวกันจำนวน 4 จาก 4 ราย โดยกล่าวว่าได้นำเอาหลักสัปปริสธรรมมาประยุกต์ใช้และนำมาเป็นองค์ประกอบ (มิติ) ของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกได้ทั้งสิ้น 7 มิติ ได้แก่ การรู้เหตุเป็นความเข้าใจหลักความจริง หลักการ รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล และรู้จักหลักการของสื่อที่จะทำให้เกิดผลต่างๆ โดยสามารถพิจารณาเข้าใจถึงกฎเกณฑ์แห่งเหตุผลของสื่อว่าถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออะไร มีกระบวนการในการผลิตอย่างไร รวมถึงรูปแบบของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างทางวัตถุประสงค์อย่างไร เพื่อเข้าใจแนวคิดของผู้ผลิตสื่อ ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาของโฆษณานั้นต้องการให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้น การรู้ผลว่าเป็นการรู้ความมุ่งหมาย หรือความหมายที่สื่อได้นำเสนอ ซึ่งมีผลทั้งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ รู้ว่าสื่อมีผลกระทบ รู้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ สื่อมีทั้งเนื้อหาทางบวกและทางลบ ยกตัวอย่างเช่น ละครเป็นสื่อประเภทบันเทิงคดีมีไว้เพื่อให้ผู้ชมเปิดรับเพื่อความความสนุกสนานเพลิดเพลินตามการสร้างสรรค์ของผู้ผลิตละคร เป็นต้น การรู้ตนเป็นการเข้าใจในความคิดของตนเองที่มีต่อสื่อ โดยอาศัยพื้นฐานทางภาวะเพศ ความรู้ ความสามารถของตนเอง และเพื่อนำไปสู่การเข้าใจสื่ออย่างเข้าใจตนเอง ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีการตีความหมายที่

แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์ที่มีในตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น นักบวชอาจตีความหมายสื่อในเชิงของธรรมะ ส่วนฆราวาสก็อาจตีความหมายสื่อในเชิงของความบันเทิง ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่ใช้สื่อต่างๆ เหล่านั้นว่าจะเปิดรับเพื่อความบันเทิงหรือเปิดรับเพื่อศึกษาธรรมะ การรู้ประมาณเป็นการเปิดรับสื่ออย่างมีความพอดี ในที่นี้หมายถึงการที่ผู้รับสารไม่เปิดรับสื่อมากเกินไป รู้จักแบ่งเวลาให้กับกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนด้วย ยกตัวอย่างเช่น การออกกำลังกาย การนั่งพักผ่อนเงียบๆ ก็มีมีส่วนช่วยให้เราจัดความฟุ้งซ่านอย่างหนึ่ง การที่เปิดรับสื่อมากๆ อาจนำไปสู่การถูกสื่อครอบงำได้ การรู้กาลการรู้กาลอย่างสอดคล้องกันว่าเป็นการรู้ความเหมาะสมของระยะเวลาในการพัฒนาของสื่อว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของการสื่อสารอย่างที่เราเห็นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หรือในอนาคตสื่ออาจจะไม่มีรูปแบบอย่างในปัจจุบัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น องค์ความรู้ของมนุษย์ รวมถึงการพัฒนาทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่มีไม่เหมือนกัน การรู้สังคมเป็นการศึกษาสังคมภายนอกของชาวชุมชนอโศก เนื่องจากชุมชนชาวอโศกค่อนข้างเป็นสังคมปิด ดังนั้นการที่จะทำให้สมาชิกในชุมชนรู้จักสังคมภายนอกก็มาจากการเรียนรู้ผ่านสื่อ และการรู้บุคคลเป็นการรู้ถึงความแตกต่างทางความคิดความสามารถ ความรู้ ซึ่งไม่เหมือนกันระหว่างผู้รับสารกับผู้ผลิตสื่อ อย่างเช่นผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ตีความเนื้อหาจากสิ่งที่ผู้ผลิตสื่อสอดแทรกเข้าไป ยกตัวอย่างเช่น ผู้สร้างสรรค์สื่อ หรือเรียกว่าผู้ผลิตสื่อ มีความต้องการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่อของตน เข้าไปในสื่อในรูปแบบต่างๆ อีกฝ่ายคือ ผู้รับสารจะต้องเข้าใจและรู้ทันผู้ผลิตสื่อว่ามีการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่ออะไรมาสู่เราอย่างไร เข้าใจและรู้ทัน

พระพุทธเจ้าท่านตรัสรู้เรื่องความเป็นมนุษย์กับความเป็นสังคมมาพร้อมสรรพเพราะฉะนั้นหลักเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาสังคมคือ สัปปริสธรรม 7 ประการนี้เป็นเรื่องของสังคมครบทั้งหมดเลย ประการที่ 1) รู้เหตุ (ธัมมัญญตา) ประการที่ 2) รู้ผล (อัตถัญญตา) ประการที่ 3) รู้ตน (อัตตัญญตา) ประการที่ 4) รู้ประมาณ (มัตตัญญตา) ประการที่ 5) รู้กาล (กาลัญญตา) ประการที่ 6) รู้สังคม (ปริสสัญญตา) และประการที่ 7) รู้บุคคล (ปุคคลปโรปรัญญตา) ในโอกาสใดที่ไม่ใช่ยุคพระพุทธเจ้าแล้ว พระพุทธเจ้าท่านไม่ได้บอกว่ายุคท่านมีอย่างนี้ ยุคอื่นจะมีอย่างท่านทั้งหมด เพราะฉะนั้นยุคอื่นๆ มาที่ท่านไม่มี ท่านไม่เกี่ยว ท่านไม่ได้บัญญัติ ท่านไม่ได้กำหนด ท่านไม่ได้ตราตั้งไว้เลย ว่าอันนี้ได้นะ อันนี้ไม่ได้นะ ท่านไม่ได้บอกไว้เลย เพราะว่ามันใหม่ ยุคต่อๆ ไปมันมีอะไรใหม่ ซึ่งท่านไม่ได้กำหนดไว้ คือสิ่งที่ท่านไม่ได้บัญญัติไว้ ไม่ว่าจะท่านอนุญาตหรือท่านห้ามก็แล้วแต่ มันต้องเหมาะสมกับสิ่งที่ควรไหมละ ถ้าเหมาะสมกับสิ่งที่ควรเราก็ต้องตัดสินใจว่ามันก็ต้องควร ถ้ามันไม่เหมาะสมกับสิ่งที่ควรเลย เรา

ก็ต้องไม่ควร นี่คือแบ่งมิตีออกเป็นหลักๆ สัปปริสธรรม 7 ต้องรู้เท่าทันทุกกาลเวลาเลย ผู้มีสัปปริสธรรมช่วยในการพิจารณาตัดสินพฤติกรรมของตน ก่อนลงมือกระทำ จะมีโอกาสที่จะถูกต้องเหมาะสมได้มากกว่า ผู้ที่ไม่มีธรรมะหมวดนี้ เพราะผู้ศึกษาสัปปริสธรรมจะได้มีโอกาสศึกษาข้อมูล รายละเอียด และสิ่งแวดล้อม ถึง 7 ประการ ด้วยกัน ดังนี้ 1) รู้เหตุ คือ การรู้ยิ่งในชั้นเชิง ในปฏิภาณในทุกสิ่งทุกอย่าง การรู้แจ้งในสิ่งที่ควรรู้ยิ่ง ซึ่งผู้ไม่มีภูมิรู้ไม่สามารถรู้ การรู้แจ้งในความถูกต้อง ในเหตุ 2) รู้ผล คือ การรู้ยิ่งในเนื้อหาแก่นสาร ในตัวจบในตัวเป้าหมายประโยชน์ยิ่ง ในสิ่งที่หายไปอันตรายไป ในความเลื่อมความพินาศ ในความมี ความเป็น ในผล 3) รู้ตน คือ การรู้ยิ่งในตนในตัวเรา ในส่วนที่ยึดเป็นเราของเรา ในจิตวิญญาณในภายในสภาพที่ยึดเป็นเรา ในสิ่งต่างๆ ที่รวมกันเข้าแล้วหลงว่าเป็นตัวตนเป็นเรา เป็นของเรา 4) รู้ประมาณ คือ การรู้ยิ่งในการประมาณ ในความกำหนดให้พอประมาณ ในการกะให้พอควร ในการดูให้พอดี ในการกะประมาณ ค่อนไปข้างน้อย ในสภาพเพียงสักว่า 5) รู้กาล คือ การรู้ยิ่งกาลเวลา ในยุคในสมัย ในคราวอันบุคคลพึงนับ ในความตาย ในช่วงแห่งเวลาที่มีและที่พ้นไปแล้ว 6) รู้สังคม คือ การรู้ยิ่งในบริษัท ในหมู่กลุ่ม ในคนรวมกัน ในที่ประชุม ในชุมนุม ในชุมชน และ 7) รู้บุคคล คือ การรู้ยิ่งในบุคคลอื่น ในผู้เสวยทุกข์อื่น ในความเป็นปัจเจกชนอื่นๆ ในความเป็นอาตมภาพของเขารอื่น ในตัวคนใดคนหนึ่งที่ไม่ใช่เรา ในความต่างจากของตัวของใครก็ของเขานั้นๆ ในผู้เสวยทุกข์อื่นที่เป็นศัตรู ในบุคคลอื่นที่เป็นศัตรู ในฐานะกายฐานใจของบุคคลอื่นที่สูงที่ต่ำ ที่มากกว่ากัน ผู้ที่จะพิจารณาได้ปานนี้ และผู้ที่จะเป็นไปได้ถึงปานจะนี้ ก็เพราะ ผู้นั้นเข้าใจชัดในความเห็นแก่ตัวอย่างแท้จริง แม้จะเฉพาะคราว เฉพาะเรื่องก็ตาม ก็จะเป็นผู้กำลังลดความเห็นแก่ตัวให้แก่ตนเอง อยู่แท้ เป็นผู้กำลังเสียสละแท้ กำลังเป็นผู้ก่อประโยชน์ ทำดีอยู่จริง ไม่ถือสา เป็นผู้ยอมแล้ว เป็นผู้อนุโลมแล้ว เป็นผู้ตัดสินใจให้แก่ตนอย่างไม่คับแค้น ไม่เทียบเคียงต่อสู้ ไม่แข่งขันอีกแล้ว จึงเป็นผู้ชนะแล้วเนื่องจากไม่หลงติดยึด ยอดยื้อน ซ่อนซำ แม้ในจุดดীন้อยนิด วางได้ปล่อยได้เป็นที่สุด” (สมณะโพธิรักษ์, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

เป็นการประยุกต์หลักสัปปริสธรรมมาใช้ในการกำหนดมิติของการรู้เท่าทันสื่อซึ่งมี 7 ข้อด้วยกัน คือ รู้เหตุเป็นความเข้าใจหลักความจริง หลักการ รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล และรู้จักหลักการของสื่อที่จะทำให้เกิดผลต่างๆ รู้ผลเป็นการรู้ความมุ่งหมาย หรือความหมายที่สื่อได้นำเสนอ ซึ่งมีผลทั้งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ รู้ตนเป็นการเข้าใจในความคิดของตนเองที่มีต่อสื่อ รู้ประมาณเป็นการเปิดรับสื่ออย่างมีความพอดี รู้กาลเป็นการรู้ความเหมาะสมของระยะเวลาในการพัฒนาของสื่อว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตาม

สมัยที่แตกต่างกันออกไป รู้สึ้งคมการเรียนรู้สั้้งคมภายนอกของชาวชุมชนอโศก และรู้บุคคลเป็นการรู้ถึงความแตกต่างทางความคิด ความสามารถในการป้องกันตนเองจากสื่อ (สมณะลานศิลป์, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศกมีอยู่ 7 ส่วน โดยนำเอาหลักสั้ปปริสธรรมมาเป็นแนวทางในการกำหนดองค์ประกอบหรือมิติต่างๆ ของการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ การรู้เหตุความสามารถในการพิจารณาและเข้าใจถึงกฎเกณฑ์แห่งเหตุผลของสื่อว่าถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออะไร การรู้ผลคือการรู้ว่าสื่อมีผลกระทบ รู้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจการรู้ตน การรู้ประมาณคือความรู้ที่จะยับยั้งตนเองในการเปิดรับสื่อให้มีความเหมาะสม การรู้กาลเป็นการรู้และเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงไปของสื่อ การรู้สั้้งคมคือการเรียนรู้สั้้งคมภายนอกผ่านสื่อประเภทต่างๆ การรู้บุคคลคือความเข้าใจในข้อแตกต่างทางความคิดของผู้ชมกับผู้ผลิตสื่อ (สิกขมาตุสัจฉิกตา, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

การรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศกมีองค์ประกอบที่เป็นมิติที่สำคัญ 7 ข้อ การรู้เหตุเป็นมิติข้อแรกที่สำคัญ เพราะว่าเราต้องรู้ก่อนว่าเหตุที่สื่อถูกผลิตขึ้นมานั้นมันเพราะอะไร มิติถัดมาการรู้ผล การที่เรารู้ถึงผลกระทบต่างๆ ที่เกิดจากการรับชมสื่อ เช่น เมื่อดูโฆษณาสินค้าชนิดหนึ่งจบ แล้วเรามีความอยากที่จะซื้อสินค้านั้น การรู้ตนคือรู้ทันความคิดของเรา รู้ทันกิเลส ที่ขึ้นจากการเปิดรับสื่อ ต่อมาการรู้ประมาณคือ การรู้จักเลือกสื่อที่จะเปิดรับสื่อที่ให้ประโยชน์กับเรามากกว่าให้โทษ ส่วนการรู้กาลนั้นเป็นการรู้ทันเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไป การรู้สั้้งคมคือการศึกษ ประเพณี วัฒนธรรมของชาติต่างๆ และศึกษาสิ่งที่อยู่รอบตัวเราแต่เป็นการผ่านสื่อนะ ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง และสุดท้ายการรู้บุคคล (สิกขมาตุเทียนคำเพชร, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ขณะที่กลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้อธิบายองค์ประกอบ (มิติ) ของการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศก จำนวน 7 มิติ ดังนี้

มิติด้านการรู้เหตุ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มฆราวาสชาวอโศกได้ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นจำนวน 2 จาก 11 ราย

สามารถพิจารณาเข้าใจถึงกฎเกณฑ์แห่งเหตุผลของสื่อว่าถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออะไร มีกระบวนการในการผลิตอย่างไร รวมถึงรูปแบบของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างทาง

วัตถุประสงค้อย่างไร เพื่อเข้าใจแนวคิดของผู้ผลิตสื่อ และเป็นความเข้าใจในหลักความจริง หลักเกณฑ์ต่างๆ หรือหลักการเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสื่อ (ดินนา โคตรบุญอาริยะ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ตอนที่ผมเปิดดูโทรทัศน์โดยเฉพาะโฆษณาจะรู้ทันทีเลยว่าเนื้อหาของโฆษณานั้นต้องการให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการ หรือให้เราทำอะไรบางอย่าง ซึ่งมาจากกระบวนการผลิตสื่อเหล่านั้น”

มิตีด้านการรู้ผล มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชมราชาวาสชาวอโศกได้ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นจำนวน 2 จาก 11 ราย

สุทิน ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การรู้ความมุ่งหมายของสื่อ รู้ว่าสื่อมีผลกระทบ รู้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ สื่อมีทั้งเนื้อหาทางบวกและทางลบ มีประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ รู้ว่าเป็นเรื่องหลอกลวงหรือเป็นข้อเท็จจริง”

วัชรภรณ์ มาคุช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “เวลาดูโทรทัศน์จะเข้าใจความหมายที่สื่อนำเสนอ อย่างเช่น ละครเรื่องต่างๆ มีไว้เพื่อให้ผู้ชมเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินตามการสร้างสรรค์ของผู้ผลิตละคร ผลบางอย่างก็สามารถนำมาปรับปรุงในการดำเนินชีวิตของเราเองได้ด้วย”

มิตีด้านการรู้ตน มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชมราชาวาสชาวอโศกได้ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นจำนวน 2 จาก 11 ราย

เราต้องมีสติรู้อยู่เสมอว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ความเชื่อ และการตัดสินใจต่างๆ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของเรา ซึ่งเราจะเป็นผู้ตีความหมายจากสื่อ ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์ที่มีในตัวเอง (แรงเกื้อ ชาวหินฟ้า, สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559)

จากการสังเกตตัวเองกับคนรอบข้างที่อยู่ในชุมชนพีพจะสรุปได้ว่า การตีความหมายจากสื่อของคนเรามีความแตกต่างกันตามภาวะ ฐานะ หรือตามแต่ประสบการณ์ของคนแต่ละคน เช่น นักบวชอาจตีความหมายสื่อในเชิงของธรรมะ ส่วนชมราชาวาสก็อาจตีความหมายสื่อในเชิงของความบันเทิง ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่ใช้สื่อเหล่านั้นว่าจะดูเพื่อความบันเทิงหรือดูเพื่อศึกษาธรรมะ (กทาวุฒิ ยุพราช, สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559)

มิติด้านการรู้ประมาณ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชมราชาวอโศกได้ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นจำนวน 2 จาก 11 ราย

วาสนา ปัญญาบุญนิยม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “มีความพอดีในการเปิดรับสื่อ เนื่องจากสื่อแต่ละสื่อมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกัน”

ภัสสร วุฒิชะพงษ์ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การแบ่งเวลาทำกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อ เช่น การออกกำลังกาย การนั่งพักผ่อนเฉยๆ ก็มีมีส่วนช่วยให้เราจัดความฟุ้งซ่านอย่างหนึ่ง การที่เปิดรับสื่อมากๆ อาจนำไปสู่การถูกสื่อครอบงำได้”

มิติด้านการรู้กาล มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชมราชาวอโศกได้ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นจำนวน 1 จาก 11 ราย

สื่อถูกพัฒนาไปตามยุคตามสมัยของมัน ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของการสื่อสารอย่างที่เราเห็นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หรือในอนาคตสื่ออาจจะไม่มีรูปแบบอย่างในปัจจุบัน ที่ผ่านมาการพัฒนาของสื่อมีความแตกต่างกันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น องค์ความรู้ของมนุษย์ รวมถึงการพัฒนาทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่มีไม่เหมือนกัน เช่น ก่อนที่จะมีโทรทัศน์ก็มีวิทยุ และก่อนที่จะมีวิทยุ ก็มีสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น (นิติศักดิ์ เจริญสอน, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

มิติด้านการรู้สังคม มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มชมราชาวอโศกได้ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นจำนวน 1 จาก 11 ราย

สังคมกับสื่อเป็นเรื่องๆ เดียวกัน อาจจะเคยได้ยินกันมาบ้างว่า สื่อสะท้อนสังคม สังคมสะท้อนสื่อ เป็นการย้อนแย้งกันไปมาระหว่างความเป็นจริงกับความเสมือนจริง สื่อเป็นเรื่องของสังคม สังคมเป็นเรื่องของสื่อ ซึ่งในอดีตชุมชนอโศกไม่ยอมรับการเปิดดูโทรทัศน์ เพราะเห็นว่าโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เป็นประโยชน์ ต่อมาภายหลังจึงมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดใหม่ เพราะถ้าหากไม่ให้คนในชุมชนอโศกเรียนรู้จักสังคมภายนอกผ่านสื่อแล้ว อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของสมาชิกในชุมชนกับสังคมภายนอกได้ ประมาณว่าเป็นการเรียนรู้สังคมภายนอกผ่านสื่อประเภทต่างๆ (นิรศร์ วิลามาศ, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

มิตีด้านการรู้บุคคล มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มฆราวาสชาวอโศกได้ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นจำนวน 1 จาก 11 ราย

การสอดแทรกความคิด ความเชื่อผ่านสื่อในยุคนี้มีซับซ้อนมาก อย่างเช่น บทความในสื่อสิ่งพิมพ์ หรือแม้กระทั่งโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ มักใช้วิธีการสอดแทรกแนวคิดทางอ้อมมากกว่าทางตรง ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเข้าใจกลยุทธ์หรือวิธีการของผู้ผลิตสื่อให้มากขึ้นเพื่อเป็นการรู้เท่าทันสื่ออย่างรอบด้าน เนื่องมาจากความแตกต่างทางความคิดของบุคคลไม่เหมือนกัน เช่น ผู้สร้างสรรค์สื่อ หรือเรียกว่า ผู้ผลิตสื่อ มีความต้องการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่อของตน เข้าไปในสื่อในรูปแบบต่างๆ อีกฝ่าย คือ ผู้รับสารจะต้องเข้าใจและรู้ทันผู้ผลิตสื่อว่ามีการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่ออะไรมาสู่เราอย่างเข้าใจและรู้ทัน (เต็มชัย แต่สุวรรณ, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

#### 4.1.3 เป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ผลการศึกษาเป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวอโศก ได้อธิบายเป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

สมณะโพธิรักษ์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อสร้างสัมมาทิฐิให้แก่ชาวอโศกในการนำสื่อวิดิทัศน์มาเป็นนวัตกรรมในการเผยแพร่อำสอนทางศาสนา การพัฒนาคุณภาพชีวิต ให้แก่บุคคล หมู่กลุ่ม และองค์กร”

สมณะลานศิลป์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อนำสื่อวิดิทัศน์ประเภทต่างๆ ได้แก่ สารคดี ธรรมคดี และบันเทิงคดี มาปรับปรุงเป็นนวัตกรรมเพื่อการสอนศาสนา”

สิกขามาตุสังฆิกตา (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อเป็นการเสริมกำลังใจในการเรียน และการทำงานของสมาชิกในชุมชนชาวอโศก”

สิกขามาตุเทียนคำเพชร (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อใช้เป็นเงื่อนไขในการปรับปรุงและพัฒนาลักษณะนิสัยของผู้ชมให้มีความตระหนักในการเปิดรับสื่ออย่างระมัดระวัง”

ส่วนกลุ่มฆราวาสชาวโศก ได้อธิบายเป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศก ดังนี้

เป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศก คือ เพื่อฝึกให้เราเป็นคนที่มีสติอยู่ตลอดเวลา เพราะการนั่งดูวิดีโอทัศน์หรือสื่ออะไรก็แล้วแต่ มันจะมีสิ่งที่เข้ามากระทบกับความคิด ความรู้สึกของเราอยู่ตลอดเวลา อย่างเช่น ความโลภ ความโกรธ ความหลง ความอยาก ความไม่อยาก เป็นต้น ซึ่งทำให้เรารู้ทันและสามารถจับหรือสัมผัสสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วดับไป จากภายใน รู้หยุด รู้ต่อ รู้ว่างเป็น ถือว่าเป็นการฝึกปฏิบัติธรรมอีกรูปแบบหนึ่ง (คินนา โคตรบุญอาริยะ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

สุจิน ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อเรียนรู้กิเลสที่เกิดขึ้นขณะดูโทรทัศน์ ซึ่งสามารถช่วยให้ชาวโศกมีความเข้าใจในสิ่งที่สื่อกำลังสื่อสารกับเรามากขึ้น”

แรงเกือ ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อให้เห็นความทุกข์ที่เกิดจากความโลภ ความโกรธ ความหลง ผ่านบทบาทการแสดงของตัวละครในสื่อวิดีโอทัศน์ที่นำมาเปิดให้ชม และทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของตัวละคร ให้เห็นผลของการทำความดีและการทำเลวว่าเป็นอย่างไรร”

วาสนา ปัญญาบุญนิคม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเหมาะสมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ อย่างนักปฏิบัติธรรม”

วัชรภรณ์ มาคุช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อให้เรารู้จักเลือกรับชมรายการที่มีสาระ มีประโยชน์ต่อการเรียน การทำงาน และการปฏิบัติธรรม”

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อฝึกการลดละกิเลส ด้วยการเพิ่มปัญญาญาณให้แก่ผู้ชม โดยการนำสื่อวิดีโอทัศน์มาใช้เป็นสื่อการสอนศาสนา”

คชาวุฒิ ยุพราช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อเพิ่มความสามารถในการดูโทรทัศน์ได้อย่างฉลาดขึ้น รู้ทันความคิดของตนเอง”

นิติศักดิ์ เจริญสอน (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อให้ความเข้าใจในหลักความจริง หลักเกณฑ์ต่างๆ หรือหลักการเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสื่อ”

ภัสสร วุฒิชะพงษ์ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อสามารถพิจารณาเข้าใจถึงกฎเกณฑ์แห่งเหตุผลของสื่อว่าถูกสร้างขึ้นมาจากอะไร มีกระบวนการในการผลิตอย่างไร รวมถึงรูปแบบของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างทางวัตถุประสงค์อย่างไร เพื่อเข้าใจแนวคิดของผู้ผลิตสื่อ”

นริศร์ วิลามาศ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ตอนที่พี่ได้เปิดดูโทรทัศน์โดยเฉพาะโฆษณาจะรู้ทันทีเลยว่าเนื้อหาของโฆษณานั้นต้องการให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการ หรือให้เราทำอะไรบางอย่าง ซึ่งมาจากกระบวนการผลิตสื่อเหล่านั้น”

เต็มชัย แต้สุวรรณ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “เพื่อให้รู้ความมุ่งหมายของสื่อ รู้ว่าสื่อมีผลกระทบ รู้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ สื่อมีทั้งเนื้อหาทางบวกและทางลบ มีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ รู้ว่าเป็นเรื่องหลอกลวงหรือเป็นข้อเท็จจริง”

#### 4.1.4 ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสก

ผลการศึกษาความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวอโศก ได้อธิบายความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสก ดังนี้

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสก คือ การมีสติรู้อยู่เสมอว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ความเชื่อ และการตัดสินใจต่างๆ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของเรา ซึ่งเราจะเป็นผู้ตีความหมายจากสื่อ ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์ที่มีในตัวเอง (สมณะโพธิรักษ์, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสก คือ การสังเกตตนเองกับผู้อื่นพบว่า การตีความหมายจากสื่อของคนเรามีความแตกต่างกันตามภาวะ ฐานะ หรือตามแต่ประสบการณ์ของคนแต่ละคน เช่น นักบวชอาจตีความหมายสื่อในเชิงของธรรมะ ส่วนฆราวาสก็อาจตีความหมายสื่อในเชิงของความบันเทิง ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่ใช้สื่อเหล่านั้นว่าจะดูเพื่อความบันเทิงหรือดูเพื่อศึกษาธรรม (สมณะลานศิลป์, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ลิขมาตุสัจฉิกตา (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสก คือ การรู้ความพอดีในการเปิดรับสื่อ เนื่องจากสื่อแต่ละสื่อมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกัน”

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสก คือ ความเข้าใจว่าสังคมกับสื่อเป็นเรื่องๆ เดียวกัน อาจจะเคยได้ยินกันมาบ้างว่า สื่อสะท้อนสังคม สังคมสะท้อนสื่อ เป็นการย้อนแย้ง

กันไปมาระหว่างความเป็นจริงกับความเสมือนจริง สื่อเป็นเรื่องของสังคม สังคมเป็นเรื่องของสื่อ (สิกขมาตุเทียบคำเพชร, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ส่วนกลุ่มชมราวาสชาวอโศก ได้อธิบายความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้  
 ดินนา โคตรบุญอาริยะ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การมุ่งให้ผู้ชมหรือผู้รับสารวิเคราะห์/สังเคราะห์ และวิจารณ์สื่อได้”

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ เวลาดูโทรทัศน์จะเข้าใจความหมายที่สื่อนำเสนอ อย่างเช่น ละครเรื่องต่างๆ มีไว้เพื่อให้ผู้ชมเกิดความสุขสนุกสนานเพลิดเพลิน ตามการสร้างสรรค์ของผู้ผลิตละคร ผลบางอย่างก็สามารถนำมาปรับปรุงในการดำเนินชีวิตของเราเองได้ด้วย (สุ่ดิน ชาวหินฟ้า, สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559)

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การเปิดโอกาสให้คนชมชนอโศกได้มีการเปิดรับสื่อมากขึ้น เนื่องจากในอดีตชมชนอโศกไม่ยอมรับการเปิดดูโทรทัศน์ เพราะเห็นว่าโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เป็นประโยชน์ ต่อมาภายหลังจึงมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดใหม่ เพราะถ้าหากไม่ให้คนในชมชนอโศกเรียนรู้จักสังคมภายนอกผ่านสื่อแล้ว อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของสมาชิกในชมชนกับสังคมภายนอกได้ ประมวลว่าเป็นการเรียนรู้สังคมภายนอกผ่านสื่อประเภทต่างๆ (แรงเกือ ชาวหินฟ้า, สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559)

วาสนา ปัญญาบุญนิยม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การรู้ว่าสื่อถูกพัฒนาไปตามยุคตามสมัย ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของการสื่อสารอย่างเห็นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หรือในอนาคตสื่ออาจจะไม่มีรูปแบบอย่างในปัจจุบัน”

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การเข้าใจถึงความแตกต่างของบริบทที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น องค์ความรู้ของมนุษย์ รวมถึงการพัฒนาทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่มีไม่เหมือนกัน เช่น ก่อนที่จะมีโทรทัศน์ก็มีวิทยุ และก่อนที่จะมีวิทยุ ก็มีสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น (วัชรภรณ์ มาคุช, สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559)

ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ ความเข้าใจในความแตกต่างทางความคิดของบุคคลไม่เหมือนกัน เช่น ผู้สร้างสรรค์สื่อ หรือเรียกว่า ผู้ผลิตสื่อ มีความต้องการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่อของตน เข้าไปในสื่อในรูปแบบต่างๆ อีกฝ่าย คือ ผู้รับสารจะต้องเข้าใจและรู้ทันผู้ผลิตสื่อว่ามีการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่ออะไรมาสู่เราอย่างเข้าใจและรู้ทัน (รัตนพงษ์ วันละ, สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559)

คทาวุฒิ ชูพรราช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การเรียนรู้ตลอดชีวิตเพราะฉะนั้นผู้ชมหรือผู้รับสารควรเริ่มโดยการพยายามเข้าใจแนวคิดนี้ และปรับเพิ่มความสนใจแนวคิดที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ความต่อเนื่องสม่ำเสมอ”

นิติศักดิ์ เจริญสอน (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การใช้ทฤษฎีในการวิเคราะห์/สังเคราะห์ วิจารณ์ และการฝึกฝนทักษะการวิเคราะห์ วิจารณ์ เพื่อหาเหตุผลในประเด็นต่างๆ”

ภัสสร วุฒิชะพงษ์ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ เครื่องมือที่สามารถใช้สำหรับวิเคราะห์สื่อ เพื่อนำไปสู่การสร้างเนื้อหาเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ๆ ในอนาคต”

นริศร วิลามาศ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การรู้เท่าทันสิ่งที่สื่อได้ถ่ายทอดออกมา สิ่งที่สื่อนำเสนอไม่ใช่เรื่องจริงทั้งหมด บางอย่างเป็นเพียงสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่สมมติขึ้น”

เดมิชัย แด้สุวรรณ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การเรียนรู้โดยเน้นหลักการปฏิบัติและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน มีการเปิดโอกาสให้สามารถซักถามได้อย่างเท่าเทียมกัน กระบวนการสอนแบบนี้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความรับผิดชอบต่อตนเองมากขึ้น”

#### 4.1.5 คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก

ผลการศึกษาคุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวอโศก ได้อธิบายคุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

สมณะโพธิ์รักษ์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การนำสื่อประเภทต่างๆ มาใช้สอนให้กับฆราวาสชาวอโศกให้รู้ทันความคิดของตนเอง”

สมณะถนาศิลป์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การนำสื่อมาเป็นเครื่องมือในการสอนธรรมะ และใช้เป็นกรณีศึกษา”

สิกขมาตุสัจฉิกตา (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การสอนให้คนรู้จักใช้สื่อให้เป็นประโยชน์มากกว่าใช้สื่อให้เป็นโทษภัย”

สิกขมาตุเทียนคำเพชร (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การนำสื่อมาเพื่อสอดแทรกธรรมะ และการรู้ทันความคิดของตนเอง และผู้อื่นผ่านการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ”

ส่วนกลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้อธิบายคุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

ดินนา โคตรบุญอาริยะ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ ความเข้าใจว่าสื่อไม่ใช่กระจกเงาอันสะท้อนเรื่องราวของโลกอย่างตรงไปตรงมา แต่สื่อทุกสื่อล้วนถูกผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ขึ้นมาทั้งนั้น”

สู่ดิน ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การผสมผสานทัศนคติและค่านิยมของผู้สร้างสรรค์ ซึ่งอาจจะสร้างโดยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ เพื่อให้การทำงานของสื่อที่มีความเหมือนจริงมากที่สุด”

แรงเกื้อ ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก จะเห็นได้ว่าสื่อส่วนใหญ่เกิดจากการนำองค์ประกอบต่างๆ มาสร้างให้เกิดเป็นเรื่องราวเนื้อหา ทั้งที่เกิดจากความเป็นจริงและถูกสร้างขึ้น”

วาสนา ปัญญาบุญนิยม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ สิ่งที่ได้รับสารได้สัมผัสจากการเรียนรู้ผ่านทางเนื้อหาของสื่อโดยส่วนใหญ่จะเป็นการผสมผสานข้อมูลต่างๆ ตามค่านิยม”

วัชรภรณ์ มาคุช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ ภาพความจริงที่ถูกถ่ายทอดผ่านทางโทรทัศน์ หรือทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต”

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การสะท้อนค่านิยมผ่านการแสดงตามบทบาทต่างๆ ของตัวละคร ทั้งจากภาพยนตร์และละครโทรทัศน์”

คทาวุฒิ ยุพราช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การสร้างความหมายและใช้เนื้อหาในเชิงการค้า”

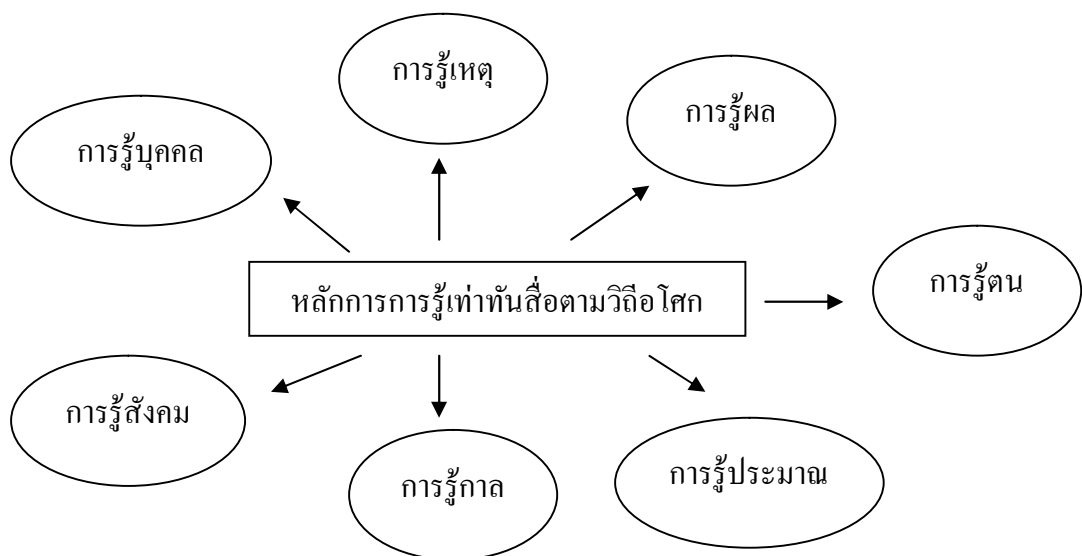
นิติศักดิ์ เจริญสอน (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การสะท้อนค่านิยมในขณะนั้นๆ เพื่อให้เห็นถึงค่านิยมและวิถีชีวิตในรูปแบบต่างๆ”

ภัสสร วุฒิชะพงษ์ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ การมีนัยทางสังคมและการเมือง อย่างชุมชนอโศกของเรานี้ จะเห็นได้ว่ามีสื่ออิทธิพลอย่างมากในบริบททางการเมือง และในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม”

นริศร์ วิลามาศ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ ความแตกต่างของคุณลักษณะของสื่อแต่ละสื่อที่จะรายงานเหตุการณ์ในเรื่องเดียวกันได้ แต่จะสร้างความประทับใจและลักษณะเนื้อหาสาระที่ไม่เหมือนกัน”

เต็มชัย แต้สุวรรณ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศก คือ ความมีอิทธิพลต่อความคิดความรู้สึกของผู้รับสาร ที่นำไปสู่การคิดสร้างสรรค์ที่มากขึ้น และเพิ่มพูนความสามารถในการสื่อสาร”

จากข้อมูลข้างต้น พบว่าหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านนิยามความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ ด้านองค์ประกอบ (มิติ) ของการรู้เท่าทันสื่อ ด้านเป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อ ด้านความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ และด้านคุณลักษณะของสื่อ ด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก (สมณะ) จำนวน 2 รูป กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก (สิกขมาตุ) จำนวน 2 ท่าน และกลุ่มฆราวาสชาวอโศก (นักวิชาการ, ผู้ทรงคุณวุฒิ, หรือตัวแทนญาติธรรมชาวอโศก) จำนวน 11 ท่าน โดยใช้กรอบแนวคิด พบว่า มีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนี้ วิถีอโศกได้ใช้การคิดเชิงพุทธเพื่อพัฒนาหลักการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย การรู้เหตุ การรู้ผล การรู้ตน การรู้ประมาณ การรู้กาล การรู้สังคม และการรู้บุคคล หรือในทางพุทธศาสนา เรียกว่า “สัปปริสธรรม” เป็นหลักการที่นำไปสู่การรู้เท่าทันสื่อโดยการประยุกต์หลักธรรมทางพุทธศาสนา ดังแผนภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 หลักการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ตารางที่ 4.1 วิเคราะห์คำหลักเพื่อจัดกลุ่มคำเกี่ยวกับหลักการเรียนรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

| กลุ่มคำ                                                                                                                                                                                                                                  | ความสัมพันธ์     | คำหลัก            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเข้าใจในหลักความจริงของสื่อ</li> <li>- รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผลของสื่อ</li> <li>- เข้าใจแนวคิดของผู้ผลิตสื่อ</li> <li>- รู้กระบวนการผลิตสื่อ</li> <li>- รู้ทันเนื้อหาของสื่อ</li> </ul>         | เป็นส่วนหนึ่งของ | การเรียนรู้เหตุ   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- รู้ผลกระทบของสื่อ</li> <li>- รู้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด</li> <li>- การตัดสินใจ</li> <li>- รู้ประโยชน์และโทษของสื่อ</li> <li>- รู้ความหมายที่สื่อนำเสนอ</li> </ul>                   | เป็นส่วนหนึ่งของ | การเรียนรู้ผล     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีสติรู้อยู่เสมอขณะเปิดรับสื่อ</li> <li>- กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ</li> <li>- เข้าใจในความคิดของตนเองที่มีต่อสื่อ</li> <li>- การตีความต่อเนื้อหาสื่อของคนเรา</li> </ul>                   | เป็นส่วนหนึ่งของ | การเรียนรู้ตน     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความพอดีในการเปิดรับสื่อ</li> <li>- การแบ่งเวลาทำกิจกรรมอื่น</li> </ul>                                                                                                                         | เป็นส่วนหนึ่งของ | การเรียนรู้ประมาณ |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อถูกพัฒนาไปตามยุคตามสมัย</li> <li>- การพัฒนาของสื่อแตกต่างกัน</li> </ul>                                                                                                                     | เป็นส่วนหนึ่งของ | การเรียนรู้กาล    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- สัมคมกับสื่อเป็นเรื่องๆ เดียวกัน</li> <li>- สื่อสะท้อนสังคม สังคมสะท้อนสื่อ</li> <li>- สื่อเป็นเรื่องของสังคม สังคมเป็นเรื่องของสื่อ</li> <li>- ชุมชนอโศกเรียนรู้สังคมภายนอกผ่านสื่อ</li> </ul> | เป็นส่วนหนึ่งของ | การเรียนรู้สังคม  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สร้างสรรค์สื่อ</li> <li>- ผู้ผลิตสื่อ</li> <li>- ผู้รับสาร</li> </ul>                                                                                                                        | เป็นส่วนหนึ่งของ | การเรียนรู้บุคคล  |

## 4.2 ตอนที่ 2 แนวทางการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 2 กลุ่ม สามารถอธิบายได้ดังนี้

### 4.2.1 ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก

ผลการศึกษาระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวโอศก ได้อธิบายระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก ดังนี้

สมณะโพธิรักษ์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก เป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อในระดับที่สามารถจำแนกประเภทเนื้อหาของสื่อได้ อาทิเช่น สื่อบันเทิงคดี สื่อสารคดี สื่อธรรมะคดี”

สมณะลานศิลป์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก เป็นการส่งเสริมมุ่งเน้นให้ฆราวาสชาวโอศกมีทักษะในการเปิดรับสื่อรู้เท่าทันความหมายที่แท้จริงของเนื้อหาสาร”

สิกขมาตุสังกิตตา (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก เป็นมุ่งเน้นการรู้ถึงเท่าทันกระบวนการสื่อสารครั้งนั้นๆ ทั้งกระบวนการ”

สิกขมาตุเทียนคำเพชร (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก เป็นการรู้เท่าทันเจตนาของผู้ผลิตสื่อหรือผู้ส่งสาร รู้ผลกระทบ และผลสืบเนื่องของการสื่อสารในแต่ละครั้ง และรู้เท่าทันรูปแบบการสื่อสารของสื่อแต่ละชนิด”

ส่วนกลุ่มฆราวาสชาวโอศก ได้อธิบายระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก ดังนี้

ดินนา โคตรบุญอาริยะ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก เป็นการรู้ทันเจตนาหรือจุดมุ่งหมายของสื่อต่างๆ ว่ามีคุณหรือโทษแก่ผู้รับสาร”

สู่ดิน ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก เป็นการใช้ประสบการณ์จริงและความรู้ทางจิตวิทยาการสื่อสารเข้ามาเสริม เพื่อให้ผู้รับสารวางท่าทีความสัมพันธ์กับผู้ส่งสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม”

แรงเกือ ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก เป็นการเพิ่มพูนทักษะแบบตั้งรับ ขณะเปิดรับสื่อ ซึ่งจะโฟกัสไปที่การรู้เท่าทันเจตนาในฐานะที่เป็นผู้บริโภคสื่อ โดยการรู้เท่าทันสื่อ”

วาสนา ปัญญาบุญนิยม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโอศก เป็นการคิดทัน รู้ทัน และหยั่งรู้ได้ ว่าสื่อมีทั้งคุณและโทษ”

วัชรภรณ์ มาทฤช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ เป็น การ มุ่ง เน้น การ รู้ เท่า ทัน ที่ เกิด ขึ้น ภายใน จิต ใจ ทั้ง ผู้ ส่ง สาร และ ผู้ รับ สาร ซึ่ง ครอบคลุม ทั้ง 2 ฝ่าย”

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ เป็น การ ฝึก ฝน กระบวนการ สื่อ สาร อย่าง รู้ เท่า ทัน โดยใช้ วิธีการ ฝึก สังกศ ความ คิด ของ ตนเอง”

ศทวุดิ ชุพราษ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ เป็น การ จับ ความ คิด หรือ กำลัง ทำ อะไร อยู่ ณ ที่ เปิด ดู ทีวี มุ่ง เน้น ให้ เกิด การ รู้ เท่า ทัน ความ จริง ตาม ธรรม คา”

นิติศักดิ์ เจริญสอน (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ เป็น การ สร้าง ทักษะ ในการ เปิด รับ สื่อ อย่าง รู้ เท่า ทัน รูปแบบ หนึ่ง”

ภัสสร วุฒิชะพงษ์ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ เป็น การ รู้ เท่า ทัน โลก รู้ เท่า ทัน ชีวิต รู้ เท่า ทัน จิต ของ ตน”

นริศ วิลามาศ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ เป็น การ เข้า ถึง บริบท ทาง สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และความ เข้าใจ ว่า สื่อ มอง ผู้ รับ สาร อย่างไร และ ผู้ รับ สาร มอง สื่อ อย่างไร เช่น กัน”

เดิมชัย แต่สุวรรณ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ เป็น การ สร้าง ความ เข้าใจ เหตุการณ์ ใน ข่าว รวมถึง การ รับ ชม ละคร โทรทัศน์ แล้ว มีความ เข้าใจ ใน เนื้อ เรื่อง ประมาณ ไหน”

#### 4.2.2 ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ

ผลการศึกษาขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวสอ ได้ อธิบาย ขั้นตอน การ เรียน รู้ หรือ แนวทาง ปฏิบัติ เพื่อ การ รู้ เท่า ทัน สื่อ ตาม วิถีสอ ดังนี้

นอกจากมีนักบวชเป็นผู้นำในกิจกรรมนี้แล้ว ผู้เข้าร่วมกิจกรรมก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญ และ อีก หนึ่ง สิ่ง ที่ ขาด ไม่ได้ เอา เสีย เลย ก็ คือ สื่อ ที่ จะ นำ มา ใช้ งาน เดิม ที่ การ ตรวจสอบ คัด เลือ ก วิ ดีทัศน์ ที่ นำ มา ใช้ สอน นี้ อาตมา ตรวจสอบ เพียง คน เดียว เพราะ ต้องการ รับ ผิด ชอบ คน เดียว ไม่ใช่ ดู ถูก คน อื่น แต่ เห็น ว่า คน อื่น เขา คง รู้ ไม่ เท่า ทัน เท่า ไฉน มัน เป็น เรื่อง ล่อ หลอ ม เหมือน ดาบ 2 คม ถ้า เกิด พลาด อะไร ขึ้น มา อาตมา ก็ ไม่ ต้อง ไป โทษ ใคร ไม่ ใช่ เรื่อง

ที่จะประมาทเล่นๆ อาตมาอยากจะทำอย่างใกล้ชิดเพราะมันเป็นเรื่องเริ่มต้นบุกเบิก สำหรับการตรวจสอบ ก็ดูไปตามความจริงที่เห็น ตามญาณปัญญาของอาตมาเป็นหลัก โดยเฉพาะบันเทิงคดีนี้ มันเป็นเรื่องราวที่ร้ายแรงมากในโลกในโลกที่ยัมนมอมเมามนุษย์อย่างมากมาย ลักษณะมอมเมามันก็มีราคะ โทสะ โมหะเป็นหลัก ซึ่งอาตมาก็เข้าใจและมีความรู้ในด้านศิลปะว่า เขาสื่อออกมาด้วยองค์ประกอบศิลปะอย่างไร อาตมาก็ได้เรียนมาโดยตรงอยู่แล้วว่ามันจะมีผลต่อผู้รับสัมผัสจะเกิดได้รับอะไร อาตมาก็ประมาณเอาผลกระทบที่เมื่อมีบทบาทลีลาการกระทำแอ็คชั่น (Active) อย่างนั้น ปฏิกริยาโต้ตอบ ผลสะท้อน (Reaction) จะเป็นผลอย่างไร มีผลกระทบ (Effect) อย่างไรเกิดขึ้น แล้วมันจะเป็นผลดีผลเสียก่อให้เกิดการพัฒนามนุษย์ หรือว่าเกิดกิเลส ราคะ โทสะ โมหะมากขึ้นอย่างไร อาตมาก็ใช้ความรู้อย่างที่อธิบายมานี้ ซึ่งจะเน้นลงไปชัดๆ อย่างไม่รู้ก็ยากอยู่เหมือนกัน แต่ก็บอกหลักให้ฟังกว้างๆ อย่างนั้นได้ แล้วอาตมาก็ต้ององค์ประกอบของพวกเรา ว่ามีอินทรีย์พละขนาดไหน จะรับขนาดนี้ๆ ได้หรือไม่ อาตมาต้องคำนวณหมด แม้แต่ว่าเรื่องไหนควรดูก่อน กลาง หลัง น้ำหนักเรื่องราวลีลาให้มันต่อเนื่องประสานกัน หรือควรจะได้วรรคเว้นอย่างไรก็คำนวณตลอด การเลือกวิดิทัศน์จึงต้องรู้ว่า เรื่องไหนมีลักษณะสื่อออกมาอย่างไร เรื่องไหนดูแล้วคำรวมใช้ได้หรือไม่ได้ หรือว่ามีบางสิ่งบางอย่างไม่ดี แต่ส่วนรวมมันดี ก็ตัดหรือเซ็นเซอร์ส่วนเสียนั้นออก เช่น เรื่องเหี้ยมโหด ไม่ได้สัดส่วนก่อให้เกิดโทสะ พยาบาท อาตมาเคยดัดเป็นโทสะมูล หรือไปย้าจิตให้มันสนุกอร่อยขึ้นชมยินดีจนไม่ได้สัดส่วนกลายเป็นเสริมราคะมูลไม่มีส่วนที่แก้ หรืออธิบายกลับที่ทำให้ดีขึ้น เราก็ไม่เอา (สมณะโพธิรักษ์, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

สมณะลานศิลป์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางการปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก จะต้องมีความตระหนักรู้ในสื่อเป็นเบื้องต้น การที่เรามีความตระหนักรู้ว่า สื่อถูกผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม ซึ่งเป็นไปตามค่านิยมของแต่ละยุคแต่ละสมัย”

เป็นการดูสื่อวิดิทัศน์ โดยกำหนดให้ดูอยู่ 3 ประเภท คือ 1) ประเภทสารคดี อย่างเช่น สารความรู้ทั่วไปที่เป็นโลกธรรม ได้แก่ วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ เกษตรกรรม วัฒนธรรม อาชีพ 2) ประเภทธรรมคดี ประกอบด้วย สารความรู้ที่มีธรรมะแทรกไว้เกินร้อยละ 60 ที่เป็นโลกุตรธรรม เช่น ประวัติศาสตร์ศาสนา เรื่องของนักบุญ เหตุการณ์ พิธีกรรม กิจกรรม กิจกรรมทางศาสนา 3) ประเภทบันเทิงคดี ประกอบด้วยเรื่องราว ลีลา แสง เสียง บทบาท ที่

แสดงออกไปในทางโลก โกรธหลง ซึ่งถือเป็นเครื่องชูลในการดู แบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ 1) ลักษณะซาบซึ่งตึงใจ เช่น เรื่องรักประทับใจ เป็นแนวโลภะจริตไปจนถึงราคะจริต 2) ลักษณะร้อนแรง คุดเดือด เช่น เรื่องบู๊ โหดเหี้ยม กำลังภายใน แนวโทสะจริต 3) ลักษณะสัจจะสังคม เช่น เรื่องราวความเป็นจริงในสังคมที่เกิดขึ้นจริง และสุดท้าย ลักษณะจินตนาการ เช่นเรื่องราวที่เน้นอุดมคติ อุดมการณ์ ยึดมั่นต่อคุณความดีของมนุษย์ ทั้งนี้สื่อประเภทบันเทิงคดีก่อนนี้ที่จะนำมาเปิดให้สมาชิกในชุมชนดูได้นั้น จะต้องผ่านการคัดเลือกจากสมณะก่อนว่า สาระในเรื่องจะสอนธรรมะได้มากน้อยเพียงใด แง่ใด อย่างเช่น ลักษณะซาบซึ่งตึงใจ ต้องเป็น ความซาบซึ่งในความดี ความเอื้อเฟื้อ ความเสียสละ มิใช่รักแบบชั่วสาว ถ้าเป็นเรื่องคุดเดือด ต้องชี้ให้เห็นถึงความเข้มแข็ง จริ่งใจ มิใช่รุนแรงแบบโทสะ อาฆาต ส่วนลักษณะเน้นสัจจะความเป็นจริงในสังคมมนุษย์ หรือนั้นอุดมการณ์ จินตนาการ ถ้าไม่เป็นเรื่องเพื่อพินิจจริง ก็คัดเลือกให้ดูได้ (สิกขมาตุสัจฉิกตา, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

สื่อวิถีทัศน์ที่ห้ามดูเด็ดขาด มีอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อแนวราคะ โลภะ อย่างเช่น หนังรัก เพราะเป็นการสะสมกาม ปลุกเร้า ชั่วช้อมมอมเมาในรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ตลอดจนโฆษณาชวนเชื่อ อนาคต 2) สื่อแนวโทสะ อย่างเช่น หนังบู๊ ล้างผลาญ เพราะเป็นการสะสมจิตสำนึกทำลายล้าง ส่งเสริมความรุนแรง 3) สื่อแนวโมหะ อย่างเช่น หนังสื ผีหลอก วิญญาณหลอน เพราะไม่มีสาระ มีแต่ความมกมาย เพื่อเจ้อ หลอกหลวงกัน ด้วยเรื่องผีสาว หรือเป็นเรื่องตลกขบขัน ไร้สาระ ลากมกนาจาร (สิกขมาตุเทียบคำเพชร, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ส่วนกลุ่มชมราวาชาวอโศก ได้อธิบายขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เริ่มต้นโดยมีสมณะบรรยายเกี่ยวกับวิถีทัศน์ที่จะนำมาเปิดให้ดูกัน ว่าเป็นสื่อวิถีทัศน์ประเภทไหน และสื่อที่จะนำมาเปิดได้ต้องผ่านการกลั่นกรองเรียบร้อยแล้ว ขณะที่ฉายให้ดูก็จะมีกรบรรยายประกอบไปด้วยซึ่งเป็นสาระทางธรรมะบ้าง สาระทางการเรียนรู้สังคมโลกบ้าง หลังจากนั้นก็ทำการประเมินผลการรับชมวิถีทัศน์ในแต่ละเรื่อง (ดินนา โคตรบุญอาริยะ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นการใช้สื่อวิถีทัศน์มาช่วยในการสอนศาสนา ซึ่งสื่อวิถีทัศน์ที่นำมาใช้ มีอยู่ 3 ประเภท คือ ประเภทสารคดี ประเภทธรรมคดี และประเภทบันเทิงคดี ซึ่งใจแต่ละครั้งก็จะมีสมมติเป็นผู้นิพนธ์ให้ตรวจสอบสิ่งที่เกิดขึ้นภายในของตัวเรา หลังจากดูเสร็จก็จะมีการทำแบบประเมิน บ้างครั้งก็มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้ที่เข้าร่วมชมด้วยกัน (ผู้คิด ชาวหินฟ้า, สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559)

แรงเกือ ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นการไปนั่งดูวิดีโอ และฝึกการตรวจสอบภาวะจิตของเรา หลังจากนั้นก็ตอบแบบสอบถามหลังจากที่ดูหนังจบ”

วาสนา ปัญญาบุญนิคม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก สมมติทำการฉายวิดีโอให้ดู แล้วก็สอดแทรกสาระทางธรรมะ ให้เราดูบทบาทตัวละครในวิดีโอด้วยตนเอง ส่วนตาในก็ตรวจสอบตัวเองไป พอจบเรื่องก็มีการทำแบบวัดผลประเมินผล”

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นการไปนั่งดูหนังตอนเย็น พร้อมกับฟังบรรยายธรรมจากสมณะ คือขณะที่เราดูหนังแต่เรื่อง มันก็มีเนื้อหาแตกต่างกันไป และส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของเราแตกต่างกันออกไป เพื่อที่จะให้เราเห็นอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในของเรา หลังจากที่ได้ดูจบแล้ว ก็ทำแบบประเมินผลเป็นอันจบกระบวนการ (วัชรภรณ์ มาคุช, สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559)

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นการไปดูวิดีโอทัศน์ ประเภทสารคดีบ้าง ธรรมคดีบ้าง บันเทิงคดีบ้าง ทุกครั้งก็จะมีสมมติผู้ใหญ่เป็นผู้กำกับดูแลการบรรยายสลับกับฝึกปฏิบัติการตรวจกิเลสของเรา พร้อมทั้งชี้ให้เห็นในสิ่งที่ผิดที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาชีวิตของเรา พอดูจบแล้วจะมีเจ้าหน้าที่ประเมินผลแจกแบบวัดผลประเมินผลให้เราตอบ (รัตนพงษ์ วันละ, สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559)

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นการไปดูหนังพร้อมกับฟังบรรยายธรรมะ แต่มั่นติตรงที่ว่าขณะที่ดูหนังอยู่ก็จะมีให้เราตรวจสอบ

อารมณ์ความรู้สึกของเราว่าอันไหนคือโลภะ โทสะ โมหะ เรียกว่าง่าย ๆ ก็คือการตรวจกิเลสในตัวเราจากการดูหนัง จากนั้นก็ทำแบบประเมินผลซึ่งจะมีคนที่ทำหน้าที่แจกให้เราเอามาตอบแล้วส่งคืน (คชาวุฒิ ยูพราช, สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559)

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นกระบวนการสอนศาสนาอย่างหนึ่ง คือ ให้เราเข้าไปนั่งดูภาพยนตร์ หรือบางครั้งก็เป็นสารคดี ซึ่งจะมีคนนำบรรยายก็คือสมณะ ซึ่งเป็นการดูไปเพื่อนำสิ่งที่ดีไปใช้ในการพัฒนาชีวิตของเราเอง ทั้งทางที่เป็นธรรมะและทางโลก เป็นการฝึกฝนขัดเกลาตัวเราให้ทำในสิ่งที่ดี โดยเรียนรู้จากบทบาทของตัวละครในภาพยนตร์ ตอนท้ายของรายการจะมีคนมาแจกแบบประเมินผลให้เราตอบเพื่อเอาไปทำสรุป (นิติศักดิ์ เจริญสอน, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ กระบวนการที่นำมาใช้ในการพัฒนาผู้ปฏิบัติธรรม โดยการใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นเครื่องมือ ประกอบกับการบรรยายของสมณะชาวอโศกเรียกว่านวัตกรรมเพื่อการสอนศาสนา หลังจากดูเสร็จจะมีการให้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งวีดิทัศน์แต่ละเรื่องจะส่งผลต่อความรู้สึกและอารมณ์ของเราแตกต่างกันออกไป เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขตนเองจากสิ่งที่ไม่ดีให้เป็นสิ่งที่ดีขึ้นได้ (กัสสรวุฒิชะพงษ์, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก มีกระบวนการดังนี้ คือ สมณะบรรยายแนะนำเกี่ยวกับเรื่องที่จะนำมาเปิดให้ดู แต่ละครั้งก็จะเปลี่ยนเรื่องใหม่ไปเรื่อยๆ ขณะที่ดูก็มีการบรรยายสอดแทรกธรรมะบ้างบางครั้ง เพื่อเตือนสติผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมให้ตรวจสอบสภาวะที่เกิดขึ้นจากภายในของตัวเอง และหลังจากดูจบก็จะเป็นการวิเคราะห์วิจารณ์วีดิทัศน์แต่ละเรื่อง พร้อมทั้งตอบแบบวัดผลประเมินผล (นริศร์ วัฒนาศ, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ในช่วงเย็นๆ สมัยที่ยังเรียนอยู่ ก็จะมีกิจกรรมที่ให้เราเข้าไปนั่งดูวิดีโอ ซึ่งจะมีสมณะเป็นผู้นำในการชี้แนะและบรรยายในแต่ละครั้ง เวลาที่ดูจบแล้วก็จะให้เราทำแบบประเมินผลว่าเรารู้สึกอย่างไรบ้างขณะที่ได้ดูวิดีโอ (เต็มชัย แต้สุวรรณ, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

#### 4.2.3 องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ผลการศึกษาองค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวอโศก ได้อธิบายองค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

สมณะโพธิรักษ์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก นอกจากจะมีองค์ความรู้ทางธรรมแล้วยังต้องมีองค์ความรู้ทางวิชาการ นั่นคือทฤษฎีการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ว่ามีความแตกต่างแตกต่างกันอย่างไรบ้าง”

สมณะลานศิลป์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ องค์ความรู้ในการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ที่เป็นสื่อกลางในการส่งผ่านข้อมูลจากเสาส่งต้นทาง ไปยังเสาปลายทาง”

สิกขมาตุสัจจิกตา (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ องค์ความรู้ในการอ่านวิเคราะห์สื่อเชิงธรรมะ”

สิกขมาตุเทียนคำเพชร (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นความเข้าใจในเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดหรือการตีความหมายของคนดู”

ส่วนกลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้อธิบายองค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

ดินนา โคตรบุญอาริยะ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การอ่านสื่ออย่างสร้างสรรค์ มองเห็นการใช้ประโยชน์จากการนำสื่อชนิดต่างๆ มาใช้ในการสอนฆราวาสชาวอโศก”

สู่ดิน ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นความสามารถในการประเมินค่าความสำคัญของการดูข่าวสารที่ถูกนำเสนอผ่านโทรทัศน์ อย่างมีสติรู้”

แรงเกื้อ ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ สิ่งที่เกิดขึ้นทางความคิดของเราเป็นความเข้าใจในสิ่งที่สื่อได้นำเสนอ เข้าใจภาษาเฉพาะของสื่อแต่ละประเภทและรู้จักที่มาของข้อมูลประเภทต่างๆ”

วาสนา ปัญญาบุญนิยม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ องค์ความรู้ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจองค์ประกอบทางกระบวนการรู้เท่าทันสื่อ”

วัชรภรณ์ มาคุช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ ทักษะของบุคคลที่มีต่อการดูโทรทัศน์ ผ่านทางตา หู จมูก ลิ้น และสัมผัส หรือ

ที่เรียกว่า ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งจะส่งผ่านข้อมูลไปยังระบบสมองเพื่อทำการแปลความหมายและการรับรู้ต่อไป”

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นความสามารถในการอ่านสื่อที่เกี่ยวข้องกับบริบททางสังคม ศีลธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณี และค่านิยม”

ศทวุดิ ยูพราช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ความมีสติ ซึ่งเป็นความตระหนักรู้ว่าขณะที่เรากำลังดูสื่ออะไรก็แล้วแต่ ต้องรู้อยู่เสมอว่าสื่อมีทั้งเรื่องจริงและเรื่องแต่งขึ้น การที่เราจะเชื่อเนื้อหาใดๆ ก็ตามควรที่จะตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลให้ดีเสียก่อน”

นิติศักดิ์ เจริญสอน (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก การประเมินคุณภาพของสื่อและคุณค่าในการนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ได้อย่างไรบ้าง โดยไม่จำกัดว่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ หรือวิธีการนำเสนอในรูปแบบเช่นใด”

ภัสสร วุฒิพงษ์ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือความเข้าใจทางการผสมผสานเทคนิคที่ก่อให้เกิดความน่าสนใจ หรือทำให้เกิดความเชื่อว่สิ่งนั้นคือความจริงและหลงเชื่อไปโดยขาดการวิเคราะห์อย่างตั้งใจ”

นริศร วิลามาศ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก จะต้องสามารถเข้าใจสื่อ โดยการตีความหมาย รู้คุณค่าและโทษภัยจากการดูโทรทัศน์ รวมถึงข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต”

เต็มชัย แต้สุวรรณ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ความสามารถในการตัดสินใจได้ว่า สื่อกำลังพูดอะไรกับเราในขณะที่ดูอยู่ และรายการที่เรากำลังดูอยู่ตอนนั้นเป็นรายการที่มีประโยชน์หรือโทษอย่างไร เราได้รับสิ่งใดบ้างเหมาะที่จะดูต่อไปหรือไม่”

#### 4.2.4 ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

ผลการศึกษาทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวอโศก ได้อธิบายทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกดังนี้

สมณะโพธิรักษ์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก จะต้องมีการเข้าถึงสื่อโดยการเปิดโทรทัศน์ดูก่อน อย่างเช่นที่อาตมาได้มาใช้ คือ การนำวีดิทัศน์ให้กับชาวอโศกได้ศึกษาธรรมะกัน”

สมณะลานศิลป์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การที่ชาวอโศกสามารถรู้ถึงความหมายหรือตีความข้อมูลข่าวสารเป็น เพราะการที่เราจะเข้าใจสิ่งที่ผู้สร้างต้องการสื่อถึงเราได้นั้นเป็นเรื่องยาก ถ้าหากขาดความตระหนักรู้เสียแล้ว”

สิกขมาตุสังฆิกตา (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การที่ญาติธรรมชาวอโศกทุกคนที่ได้ร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่จะสามารถแยกแยะระดับความสำคัญของการดูรายการโทรทัศน์ได้ดีมาก สามารถแบ่งระดับความสำคัญมากน้อยของการดูรายการโทรทัศน์ได้”

สิกขมาตุเทียนคำเพชร (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นการรู้จักใช้ประโยชน์จากสื่อ โดยการประยุกต์มาใช้เป็นเครื่องมือในการสอนธรรมะ ให้กับหมู่กลุ่มชาวอโศก”

ส่วนกลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้อธิบายทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

ดินนา โคตรบุญอาริยะ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก จะต้องเป็นคนที่สามารถนำเอาสิ่งที่เป็นสาระดีที่สื่อได้ถ่ายทอดออกมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง และช่วยแนะนำคนอื่นต่อได้”

สู่ดิน ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การจะเข้าถึงสื่อได้ต้องมีการเปิดรับหรือเข้าถึงสื่อก่อน ถัดมาใช่วิธีวิเคราะห์สื่อ แล้วตีความสื่อ ต่อด้วยประเมินค่าสื่อ และสุดท้ายนำสื่อมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง”

แรงเกื้อ ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือ การที่เราสามารถตัดสินคุณภาพของข้อมูลที่เรารับรู้จากการดูรายการโทรทัศน์ หรือจากการรับชมวิดีโอที่สมณะได้เปิดให้ดู”

วาสนา ปัญญาบุญนิคม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นการช่วยให้เราสามารถกำหนดและแบ่งกลุ่มข้อมูลที่มีความคล้ายกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อทำการคัดกรองข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกันออกไปไว้ในกลุ่มอื่นที่เหมือนกัน”

วัชรภรณ์ มาตุกซ์ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือความสามารถในการตรวจสอบหาข้อเท็จจริง จากการเก็บรวบรวมข้อมูลย่อยๆ เข้าเป็นกลุ่มเพื่อทำการตัดสินใจว่าข้อมูลแต่ละกลุ่มมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด”

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือการที่เราได้การคิดเป็น ขณะที่นั่งดูรายการโทรทัศน์ โดยอ่านความคิดของเราที่เกิดจากการรับรู้รับสัมผัสกับสิ่งที่เราได้ยินและมองเห็น”

คทาวุฒิ ยูพราช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือกระบวนการสร้างทักษะในการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน อย่างเช่นตอนที่ผมดูรายการโทรทัศน์ ผมจะมีการเก็บข้อมูลที่รับรู้มาคัดกรองในระดับหนึ่งเสียก่อนๆ ที่จะสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมา”

ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นความสามารถของคนที่ได้รับการฝึกฝนให้สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างการโต้ตอบทางอารมณ์และการโต้ตอบด้วยเหตุผลออกจากกันในขณะที่ดูรายการโทรทัศน์ ซึ่งเนื้อหาเหล่านั้นมักจะถูกสร้างขึ้นมาเพื่อดึงดูดให้คนดูเกิดอารมณ์คล้อยตาม (นิติศักดิ์ เจริญสอน, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

ภัสสร วุฒิชะพงษ์ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ความสามารถในการแยกแยะคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภทโดยจำแนกความแตกต่างของสื่อได้อย่างชัดเจน เช่น รายการบันเทิงคดี รายการสารคดี รายการธรรมคดี อย่างนี้เป็นต้น”

นริศร วิลามาศ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นความสามารถของคนดูว่ามีความเข้าใจในภาษาที่แฝงอยู่ในรายการโทรทัศน์ รวมถึงสามารถเข้าใจผลกระทบของภาษาที่มีความซับซ้อนได้อย่างชัดเจน เพราะสื่อแต่ละชนิดมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว”

เดมิชัย แต่สุวรรณ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก คือความสามารถของคนเราในการจดจำสัญลักษณ์ และการตีความหมายทางภาษาที่ผู้ผลิตสื่อถ่ายทอดมาสู่คนดูอย่างเรา”

#### 4.2.5 การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก

ผลการศึกษาการวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวอโศก ได้อธิบายการวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก โดยหลักการของอาตมานั้นจะใช้วิธีการแยกประเภทของสื่อเสียก่อนว่าสื่อประเภทใดที่ควรนำมาใช้ในการสอนธรรมะ เช่น สารคดี ธรรมคดี เป็นต้น และสื่อประเภทใดไม่เหมาะสมก็จะไม่นำมาใช้ให้เสียเวลา เช่น สื่อลามก หรือมีเนื้อหาเชิงราคะ เป็นต้น (สมณะโพธิรักษ์, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

สมณะลานศิลป์ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก หลักการวิเคราะห์ของอาตมาคือจะใช้วิธีการคัดเลือกจากผู้ผลิต เพราะจะรู้ได้แน่ชัดว่าเนื้อหาที่จะนำมาใช้สอนฆราวาสชาวอโศกมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร เพราะถ้าหากไม่เหมาะสมก็จะไม่นำมาใช้เด็ดขาด”

สิกขมาตุสัจฉิกตา (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก จะต้องวิเคราะห์ภาษาของสื่อให้เป็น เพราะสื่อแต่ละประเภทที่นำมาใช้สอนหมูกุ่มคนอโศกนี้ มีสื่อที่หลากหลาย และแต่ละสื่อก็มีเอกลักษณ์เฉพาะตนเอง เช่น ภาพยนตร์ สารคดี เป็นต้น”

การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนจะตระหนักรู้ว่าตัวเองคือผู้รับสาร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของสื่อที่ต้องการสื่อสารด้วย ซึ่งมีความแตกต่างกันไม่ว่าจะทางเพศ ช่วงวัย การศึกษา ทักษะคติ ประสบการณ์ จากความหลากหลายนี้มักส่งผลให้การตีความของคนแต่ละคนต่างกันไปและเข้าใจสื่ออย่างผิดๆ ถูกๆ อยู่บ่อยๆ (สิกขมาตุเทียนคำเพชร, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ส่วนกลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้อธิบายการวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

ดินนา โคตรอาริยะ (สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก ใช้วิธีการวิเคราะห์ว่าสื่อชุดนี้ถูกผลิตขึ้นมาจากใคร หน่วยงานใด มีวัตถุประสงค์อย่างไรกับเรา เช่น ใช้ดูเพื่อความเพลิดเพลินบันเทิง หรือใช้ดูเพื่อเป็นความรู้”

สู่ดิน ชาวหินฟ้า (สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก โดยส่วนใหญ่ผมจะทำการแยกประเภทสื่ออย่างง่าย คือ สื่อที่มีสาระและเป็นประโยชน์ เช่น สื่อสารคดี เป็นต้น ส่วนบันเทิงคดีผมไม่ค่อยถือว่ามีประโยชน์มากนัก”

การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก เป็นการพิจารณาจากประเภทของสื่อมวลชน ซึ่งจำแนกตามลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละสื่อในแต่ละประเภทยังจำแนกตามประเภทรูปแบบเนื้อหาที่ถูกนำเสนอได้ด้วย เช่น ละครทีวี จัดอยู่ในประเภทบันเทิงคดี ส่วน รายการธรรมะ จัดอยู่ในธรรมะคดี เป็นต้น (แรงเกื้อ ชาวหินฟ้า, สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559)

วาสนา ปัญญาบุญนิม (สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศก จะเห็นได้ว่าตอนนี้เทคโนโลยีในการผลิตสื่อมีจำนวนเพิ่มขึ้น และง่ายต่อการใช้งาน และสามารถตัดแปลงแก้ไข หรือที่เรียกว่าการตัดต่อภาพ แล้วมาทำให้คนดูหลงเชื่อได้ง่ายมากขึ้น”

วัชรารมณ์ มาคุช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีสอคือการวิเคราะห์ตัวละครที่ถูกนำมาเป็นตัวเล่าเรื่องราวต่างๆ ให้เราเห็นถึงความดี ความชั่ว ผ่านการกระทำต่างๆ ตามบทบาทการแสดง ซึ่งเป็นการเข้ารหัสทางภาษาอย่างหนึ่งเพื่อสื่อความหมายให้เราได้รับรู้”

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีสอคือการวิเคราะห์ข้อความตัวอักษรที่ถูกแสดงไว้บนสื่อ ซึ่งภาษาเขียนนี้เป็นภาษาหลัก ที่เป็นสัญลักษณ์ทำให้คนดูเข้าใจได้เพิ่มมากขึ้นและเป็นส่วนประกอบอยู่ในสื่อต่างๆ ที่สื่อความหมายได้”

คทาวิมล ยุพราช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีสอคือการแยกแยะสิ่งที่เป็นข้อเท็จจริงกับสิ่งที่เป็นการสร้างสรรค์จากผู้ผลิตสื่อให้ได้ เนื่องจากสื่อมีความหลากหลายของเนื้อหาและประเภทของสื่ออีกด้วย เช่น รายการทีวีมีทั้ง รายการบันเทิง และรายการสารคดี เป็นต้น”

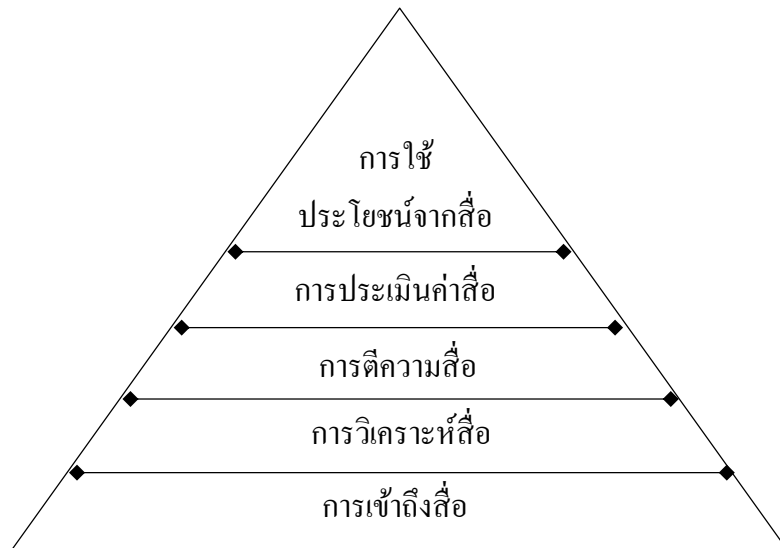
การวิเคราะห์สื่อตามวิถีสอ เป็นกระบวนการแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอเนื้อหาของสื่อแต่ละประเภท อย่างเช่น บันเทิงคดีประเภทละคร ก็จะมีตัวละครดี ตัวละครร้ายปะปนกันไปเหมือนโลกแห่งความเป็นจริง เราก็จะเห็นถึงผลของการกระทำต่างๆ ที่เกิดจากพฤติกรรมตัวละครแต่ละตัว (นิติศักดิ์ เจริญสอน, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

การวิเคราะห์สื่อตามวิถีสอ เป็นการเข้าถึงความเป็นจริงของเนื้อหาสารได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ยกตัวเช่น ขณะที่เราดูรายการโทรทัศน์อยู่แล้วเรามีความตระหนักรู้ว่ารายการที่เราดูอยู่นั้นกำลังบอกสิ่งใดกับเรา และเรากำลังรู้สึกอย่างไรกับการเข้าใจภาษาของสื่อที่มากระทบกับความคิดของเรา (ภัสสร วุฒิชะพงษ์, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

นริศร์ วิลามาศ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีสอคือการเข้าถึงเทคนิคการนำเสนอเนื้อหาต่างๆ ของสื่อ ที่ส่งผลให้เราเชื่อในสิ่งที่อาจถูกหลอกลวงไปในทางที่ไม่ถูกต้องได้ เช่น เทคนิคการสร้างภาพจำลองเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ต่างๆ”

เดิมชัย แต่สุวรรณ (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การวิเคราะห์สื่อตามวิถีสอคือการตระหนักรู้ว่าสื่อเกือบทุกสื่อ มักมีผู้อุปถัมภ์หรือผู้ให้การสนับสนุน ส่งผลให้รายการแต่ละรายการมุ่งถูกนายทุนเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย และนโยบายด้านเนื้อหาและรูปแบบของรายการในการผลิตสื่อขึ้นมา”

ผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า มีความเห็นสอดคล้องกัน โดยแบ่งกระบวนการออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการเข้าถึงสื่อ ขั้นตอนการวิเคราะห์สื่อ ขั้นตอนตีความสื่อ ขั้นตอนประเมินค่าสื่อ และขั้นตอนการใช้ประโยชน์จากสื่อ ดังแผนภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศก

ตารางที่ 4.2 วิเคราะห์คำหลักเพื่อจัดกลุ่มคำเกี่ยวกับกระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

| กลุ่มคำ                                                                                                                                                                                                                                    | ความสัมพันธ์     | คำหลัก                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่องทางรับรู้สื่อ</li> <li>- การเปิดรับและเรียนรู้สื่อประเภทต่างๆ</li> <li>- ผู้รับสารสามารถที่จะกรองข้อมูลจากสื่อได้</li> </ul>                                                                  | เป็นส่วนหนึ่งของ | ขั้นการเข้าถึงสื่อ        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- แยกแยะข้อเท็จจริงกับการสร้างสรรค์</li> <li>- แยกแยะองค์ประกอบเนื้อหาสื่อ</li> <li>- ผู้รับสารเข้าถึงความเป็นจริงของเนื้อหาสารได้</li> </ul>                                                       | เป็นส่วนหนึ่งของ | ขั้นการวิเคราะห์สื่อ      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- การตีความสื่อด้วยจิตสำนึก</li> <li>- การตีความระดับจิตสำนึก</li> <li>- การตีความระดับจิตใต้สำนึก</li> <li>- การตีความระดับจิตเหนือสำนึก</li> <li>- กระบวนการที่เกิดภายในจิตใจผู้รับสาร</li> </ul> | เป็นส่วนหนึ่งของ | ขั้นการตีความสื่อ         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- การประเมินค่าสื่อแบ่งตามเนื้อหา</li> <li>- การประเมินตามประเภทของสื่อ</li> <li>- การรับรู้ถึงคุณภาพของเนื้อหาสาร</li> <li>- มีคุณค่าต่อการนำไปใช้ประโยชน์</li> </ul>                              | เป็นส่วนหนึ่งของ | ขั้นประเมินค่าสื่อ        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าใจในองค์ประกอบของสื่อ</li> <li>- รับรู้และผ่านขั้นตอนการรู้เท่าทันสื่อ</li> <li>- นำไปใช้ประโยชน์ในการเปิดรับสื่อ</li> </ul>                                                                  | เป็นส่วนหนึ่งของ | ขั้นการใช้ประโยชน์จากสื่อ |

### 4.3 ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศก

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 2 กลุ่ม สามารถอธิบายได้ดังนี้

#### 4.3.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศก

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มนักบวชชาวโศก ได้อธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศก ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศก มี 4 ข้อ 1) ประสิทธิภาพในการสื่อ มีคุณค่าของเนื้อหาสาระที่เหมาะสมนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการการสอนศาสนา 2) ประสิทธิภาพในการคัดเลือกสื่อที่จะนำมาใช้ให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน ซึ่งต้องใช้วิธีการกลั่นกรองและตัดทิ้งเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบ้างประการออกไป 3) ประสิทธิภาพในการชี้แนะของผู้สอนในขณะรับชมว่าเรื่องราวที่กำลังให้ดูอยู่นี้มีสาระและแง่คิดทางธรรมะประการใด และสุดท้าย 4) ประสิทธิภาพในการรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของผู้เรียนแต่ละคน (สมณะโพธิรักษ์, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศก 1) เครื่องมือที่นำมาใช้เป็นสื่อการสอนต้องมีคุณค่าต่อการนำมาเป็นสื่อสอนศาสนา 2) การคัดเลือกสื่อที่จะนำมาฉายต้องมีความเหมาะสม 3) ผู้สอนจะต้องมีความรู้ความสามารถในการนำเสนอสาระที่เป็นแง่คิดทางธรรม 4) ผู้เรียนต้องมีความสนใจใฝ่รู้ในเรื่องที่สอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางความเชื่อ วัฒนธรรม อารมณ์ สังคม และประสบการณ์เดิมของแต่ละคน (สมณะลานศิลป์, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอโศก ประกอบด้วย วิถีทัศน์หรือสื่อจะต้องมีประสิทธิภาพในการสื่อสารเป็นประโยชน์มากกว่าโทษ ทั้งนี้สื่อทุกสื่อจะต้องมีการกลั่นกรองและตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาก่อนเสมอ ถ้าหากพบว่าส่วนหนึ่งส่วนใดมีความไม่เหมาะสมจะต้องทำการตัดส่วนนั้นออกไป เช่น เนื้อหาเชิงราคะ เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันผู้นำในกิจกรรมก็ต้องผู้มีความรู้ความสามารถในการเชื่อมโยงสาระทาง

ธรรมะเป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความตั้งใจในการฝึกฝนและปฏิบัติ (สิกขมาตุ สังฆิกตา, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เนื้อหาสื่อที่นำมาใช้จะต้องมีความเหมาะสมและได้คุณภาพ วิธีการคัดเลือกและตรวจสอบสื่อจะต้องผ่านกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ และผู้ชี้แนะในกิจกรรมแต่ละครั้งจะต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารแ่งคิดทางธรรมะที่เหมาะสมกับผู้เรียนทุกระดับฐานความรู้ (สิกขมาตุเทียนคำเพชร, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

ส่วนกลุ่มฆราวาสชาวอโศก ได้อธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

การตระหนักถึงปัญหาเกี่ยวกับสื่อมาตลอด นำไปสู่การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ทุกวันนี้เราควรจะรู้ตัวกันแล้ว แม้แต่ทางตะวันตกเขาก็เห็นว่า เด็กทุกวันนี้เป็นลูกโทรทัศน์ เนื่องจากเขาเห็นโทษของมันมากมาย มีการสุ่มสอบถามวิจัยกันมาว่าสื่อเหล่านี้มันร้ายแรง อีกทั้งคนเขาไม่ค่อยมองว่าสื่อ นำปัญหามาให้ ขณะที่ชุมชนอโศกได้นำการทำในใจ โดยแบบคายมาใช้เพื่อพิจารณาสิ่งทั้งหลายตามสภาวะ (ดินนา โคตรบุญอาริยะ, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2559)

การค้นหาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา ส่วนหนึ่งก็มาจากตัวเรา เพราะไม่รู้จักวิธีการสร้างเกราะป้องกันสื่อที่ดีให้แก่ตนเองได้ สื่อว่าอย่างไรก็เชื่อตามเขาไปหมด ขาดความรู้ซึ่งถึงเหตุของการสร้างสรรค์สื่อขึ้นมาอย่างเข้าใจจริงๆ วิธีการที่ดีคือใช้วิธีคิดอย่างมีระเบียบแบบแผนตามที่ตั้งนั้นๆ มันเป็นของมัน โดยวิธีคิดหาเหตุปัจจัย สืบค้นถึงต้นตอและตลอดสาย รวมทั้งแยกแยะสิ่งนั้นๆ เรื่องราวนั้นๆ ออกให้เห็นตามสภาวะ และตามความสัมพันธ์สืบทอดแห่งเหตุปัจจัย (สุติน ชาวหินฟ้า, สัมภาษณ์, 7 สิงหาคม 2559)

ปัญหาจากการกระตุ้นการบริโภคของบรรดาโฆษณาทางสื่อต่างๆ ที่กำลังมีอิทธิพลได้ชักนำผู้คนทั้งโลกไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์ ดังนั้นการกระตุ้นอันเป็นปัญหาหรือแม้กระทั่งโฆษณาถือได้ว่าเป็นปัจจัยภายนอก เพราะนำเอาสื่อมาเป็นช่องทางสำหรับการส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยม แต่ถ้าผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นก็จะช่วยลดทอนอิทธิพล

จากสื่อลงไปได้บ้าง เมื่อผู้รับสารรู้วิธีการเปิดรับสื่ออย่างถูกต้องหลักการ (แรงเกือ ชาวหินฟ้า, สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559)

ละครโทรทัศน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อเด็กและเยาวชน ฉะนั้นอิทธิพลจากละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกนี้ ได้มีการนำเสนอเนื้อหาแบบชิงรักหักสวาท ความอิจฉาริษยา ความเห็นแก่ตัว ความแค้นน้ำใจ ซึ่งเป็นผลกระทบที่ส่งผลต่อผู้รับสาร จากปัญหาดังกล่าว หมู่กลุ่มชาวอโศกจึงได้มีการฝึกฝนและให้ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อทั้งเด็กและผู้ใหญ่ มาโดยตลอด ผ่านทางสื่อต่างๆ อาทิ บันเทิงคดี สารคดี ธรรมคดี เป็นต้น ทั้งนี้ก่อนนี้จะนำมาเปิดให้รับชมกันก็จะต้องผ่านการคัดหรือเซ็นเซอร์ส่วนที่ไม่ดีออกไปก่อนให้มีความรุนแรงลดลง (วาสนา ปัญญาบุญนิยม, สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2559)

วัชรภรณ์ มาอุทซ์ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การทำความเข้าใจในปัญหาที่เป็นเหตุ คือสิ่งสำคัญเมื่อเราเกิดความรู้ความเข้าใจในสื่ออย่างถูกต้องถึงเหตุปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหรือปัญหาผ่านการวิเคราะห์แยกแยะสื่อในส่วนต่างๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหอย่างถูกต้องอันเป็นวิธีคิดตามหลักพุทธธรรม”

รัตนพงษ์ วันละ (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “การสำรวจ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ หรือที่เรียกว่าอินทริยสังวรได้นั้น เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในที่มีความสำคัญมากต่อการรับรู้สิ่งต่างๆ ที่ถูกส่งผ่านสื่ออย่างชาญฉลาด การที่จะรู้เท่าทันสื่อได้ดีก็ต้องมีพื้นฐานในการคิดตามหลักพุทธธรรมเสียก่อน ซึ่งเป็นวิธีการแห่งปัญญา”

ศทาวุฒิ ยุพราช (สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “ผลกระทบจากสื่อในปัจจุบันส่งผลอย่างยิ่งต่อการปฏิบัติตัวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง และมีความสุขอย่างแท้จริงตามแบบวิถีอโศก เพราะผลกระทบที่เป็นการกระตุ้นหรือชักจูงจากภายนอกนี้ มีผลทั้งด้านดีและด้านไม่ดี”

นิติศักดิ์ เจริญสอน (สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559) กล่าวว่า “รู้จักใช้ปัญญาในการเปิดรับสื่อ ฝึกฝนสมาธิตามหลักพุทธศาสนาเพื่อสร้างสติให้รู้เท่าทันสื่ออย่างถูกต้อง โดยการทำให้ไว้ในใจ โดยแยกคายให้บริสุทธิ์ รู้ทันความคิดความรู้สึกอย่างเข้าใจ”

เรื่องของสื่อในนี้เราต้องยอมรับความจริงว่า จะหยุดให้เล็กมีไม่ได้ เพราะโลกปัจจุบันอาศัยการบริโภคข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นเราจำเป็นต้องเดินหน้าเข้าสู่ ด้วยการหาวิธีป้องกัน เพราะสื่อทุกวันนี้เป็นสื่อของระบบทุนนิยม การใช้สื่อตามระบบทุนนิยมเป็นปัจจัย

ภายนอกที่นำไปสู่ความฟุ้งฟาย เพราะระบบทุนนิยมเป็นแนวคิดที่ตรงข้ามกับวิถีอโศก เนื่องจากวิถีอโศกเป็นการดำเนินชีวิตแบบสวนกระแสทุนนิยม หรือที่เรียกว่าบุญนิยม ซึ่งมีมุมมองเกี่ยวกับการบริโภคถือว่า ควรเปิดรับสื่ออย่างเหมาะสม พอเพียง รู้คุณค่า เปิดรับด้วยปัญญา ไม่ใช่เปิดรับเพื่อเป็นทาสหรือตกเป็นเหยื่อของสื่อ (ภัสสร วุฒิชะพงษ์, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

กระแสความทันสมัยเป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อ เพราะสื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้กระตุ้นการบริโภคในทุกรูปแบบ เพราะถูกพ่อค้าพวกทุนนิยม บริโภคนิยม มาหลอกล่อมมาผ่านการนำเสนอเนื้อหาสารด้วยกลยุทธ์การโฆษณาแบบต่างๆ กลยุทธ์การโฆษณาเป็นสิ่งที่มาจากภายนอก การที่จะช่วยให้ผู้รับสารมีภูมิคุ้มกันที่ดีที่สุดคือ การให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน ตรวจสอบพิจารณาแยกแยะให้เห็นถึงโทษและประโยชน์ที่ได้รับ (นริศร วัฒนาศ, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

ผู้รับสารไม่คำนึงถึงคุณค่าที่แท้จริงให้มากกว่าคุณค่าเทียมก่อนบริโภคสื่อ สื่อก็จะมีอิทธิพลครอบงำความคิดของผู้รับสาร จะเห็นได้ว่าผลกระทบที่มาจากภายนอกนี้สามารถควบคุมความคิดของผู้รับสารได้มาก การให้ความรู้และฝึกฝนทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกนี้มีส่วนช่วยเสริมสร้างทักษะให้ผู้รับสารสามารถวิเคราะห์สื่อได้อย่างรอบด้าน (คุณเดมิชัย แต่สุวรรณ, สัมภาษณ์, 30 กรกฎาคม 2559)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า มีความเห็นแตกต่างกัน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ดังแผนภาพที่ 4.3



ตารางที่ 4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

**ตารางที่ 4.3** วิเคราะห์คำหลักเพื่อจัดกลุ่มคำเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการเรียนรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

| กลุ่มคำ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ความสัมพันธ์     | คำหลัก       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหาสื่อมีอิทธิพลมอมเมาผู้รับสาร</li> <li>- ความไม่เหมาะสมของเนื้อหาสาร</li> <li>- ผู้ผลิตสื่อขาดจรรยาบรรณ</li> <li>- นำเสนอภาพและเนื้อหาที่รุนแรง</li> <li>- ปัญหาการกระตุ้นการบริโภคจากสื่อโฆษณา</li> <li>- ส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยม</li> <li>- นำเสนอบทชิงรักหักสวาท ความอิจฉาริษยา ความเห็นแก่ตัว ความแค้นน้ำใจ</li> <li>- สื่อนำกระแสความทันสมัยแบบทุนนิยม</li> <li>- คุณค่าเทียมในสื่อมีมาก</li> <li>- สื่อไม่ส่งเสริมความพอเพียง</li> </ul> | เป็นส่วนหนึ่งของ | ปัจจัยภายนอก |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง</li> <li>- ไม่รู้ว่าสื่อเป็นปัญหา</li> <li>- ไม่รู้วิธีสร้างเกราะป้องกันสื่อ</li> <li>- มีความเชื่อตามสื่อทุกอย่าง</li> <li>- ไม่เข้าใจในปัญหาที่เป็นเหตุ</li> <li>- ไม่สำรวจ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ ขณะที่เปิดรับสื่อ</li> <li>- ขาดการตระหนักถึงปัญหาจากสื่อ</li> <li>- ไม่รู้จักใช้ปัญญาในการเปิดรับสื่อ</li> <li>- ไม่รู้จักการสร้างสติตามหลักพุทธศาสนา</li> </ul>                                               | เป็นส่วนหนึ่งของ | ปัจจัยภายใน  |

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก (สมณะ) จำนวน 2 รูป กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก (สิกขมาตุ) จำนวน 2 ท่าน และกลุ่มฆราวาส/ญาติธรรมชาวอโศก (นักวิชาการชาวอโศก, ผู้ทรงคุณวุฒิชาวอโศก, หรือตัวแทนญาติธรรมชาวอโศก) จำนวน 11 ท่าน ซึ่งการศึกษานี้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในหลักการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก กระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 วิเคราะห์ด้วยการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) ตามชนิดของข้อมูล (Typologies) เพื่อสร้างข้อสรุป ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก และกลุ่มฆราวาส/ญาติธรรมชาวอโศก จำนวนทั้งสิ้น 15 ท่าน ได้ค้นพบข้อสรุปที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีความน่าสนใจจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก 2) กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

### 5.1.1 หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 15 ท่าน พบว่า การอธิบายและการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอสอดคล้องกันทุกกลุ่ม โดยสามารถสรุปหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีสอได้อย่างมีความชัดเจน แบ่งออกเป็น 7 มิติ ดังนี้

5.1.1.1 การรู้เหตุ (Knowing the Cause) เป็นความเข้าใจหลักความจริง หลักการ รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล และรู้จักหลักการของสื่อที่จะทำให้เกิดผลต่างๆ โดยสามารถพิจารณาเข้าใจถึงกฎเกณฑ์แห่งเหตุผลของสื่อว่าถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออะไร มีกระบวนการในการผลิตอย่างไร รวมถึงรูปแบบของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างทางวัตถุประสงค์อย่างไร เพื่อเข้าใจแนวคิดของผู้ผลิตสื่อ ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาของโฆษณานั้นต้องการให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้น

5.1.1.2 การรู้ผล (Knowing the Purpose) เป็นการรู้ความมุ่งหมาย หรือความหมายที่สื่อได้นำเสนอ ซึ่งมีผลทั้งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ รู้ว่าสื่อมีผลกระทบ รู้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ สื่อมีทั้งเนื้อหาทางบวกและทางลบ ยกตัวอย่างเช่น ละครเป็นสื่อประเภทบันเทิงคดีมีไว้เพื่อให้ผู้ชมเปิดรับเพื่อความความสนุกสนานเพลิดเพลินตามการสร้างสรรค์ของผู้ผลิตละคร เป็นต้น

5.1.1.3 การรู้ตน (Knowing Oneself) เป็นการเข้าใจในความคิดของตนเองที่มีต่อสื่อ โดยอาศัยพื้นฐานทางภาวะเพศ ความรู้ ความสามารถของตนเอง และเพื่อนำไปสู่การเข้าใจสื่ออย่างเข้าใจตนเอง ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์ที่มีในตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น นักบวชอาจตีความหมายสื่อในเชิงของธรรมะ ส่วนฆราวาสก็อาจตีความหมายสื่อในเชิงของความบันเทิง ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่ใช้สื่อต่างๆ เหล่านั้นว่าจะเปิดรับเพื่อความบันเทิงหรือเปิดรับเพื่อศึกษาธรรมะ

5.1.1.4 การรู้ประมาณ (Knowing How to be Temperate) เป็นการเปิดรับสื่ออย่างมีความพอดี ในที่นี้หมายถึงการที่ผู้รับสารไม่เปิดรับสื่อมากเกินไป รู้จักแบ่งเวลาให้กับกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนด้วย ยกตัวอย่างเช่น การออกกำลังกาย การนั่งพักผ่อนเงียบๆ ก็มี ส่วนช่วยให้เราจัดความฟุ้งซ่านอย่างหนึ่ง การที่เปิดรับสื่อมากๆ อาจนำไปสู่การถูกสื่อครอบงำได้

5.1.1.5 การรู้กาล (Knowing the Proper Time) เป็นการรู้ความเหมาะสมของระยะเวลาในการพัฒนาของสื่อว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของการสื่อสารอย่างเห็นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หรือในอนาคตสื่ออาจจะไม่มีรูปแบบอย่างในปัจจุบัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น องค์ความรู้ของมนุษย์ รวมถึงการพัฒนาทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่มีไม่เหมือนกัน

5.1.1.6 การรู้สังคม (Knowing the Society) เป็นการรู้ว่าสื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม ชุมชน อย่างไร ในที่นี้หมายถึง การรู้สังคมภายนอกของชาวชุมชนอโศก เนื่องจากชุมชนชาวอโศกค่อนข้างเป็นสังคมปิด ดังนั้นการที่จะทำให้สมาชิกในชุมชนรู้จักสังคมภายนอกก็มาจากการเรียนรู้ผ่านสื่อ

5.1.1.7 การรู้บุคคล (Knowing the Individual) เป็นการรู้ถึงความแตกต่างทางความคิด ความสามารถ ความรู้ ซึ่งไม่เหมือนกันระหว่างผู้รับสารกับผู้ผลิตสื่อ อย่างเช่นผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ตีความเนื้อหาจากสิ่งที่ผู้ผลิตสื่อสอดแทรกเข้าไป ยกตัวอย่างเช่น ผู้สร้างสรรค์สื่อ หรือเรียกว่า ผู้ผลิตสื่อ มีความต้องการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่อของตน เข้าไปในสื่อในรูปแบบต่างๆ อีกฝ่าย คือ ผู้รับสารจะต้องเข้าใจและรู้ทันผู้ผลิตสื่อว่ามีการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่ออะไรมาสู่เราอย่างเข้าใจและรู้ทัน

## 5.1.2 กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 15 ท่าน พบว่า การอธิบายและการแสดงความเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกสอดคล้องกันทุกกลุ่ม ซึ่งกระบวนการนี้นำไปสู่การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้รับสารซึ่งเป็นสมาชิกในชุมชน โดยสามารถสรุปกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกได้อย่างมีความชัดเจนแบ่งออกเป็น 5 ขั้น ดังนี้

5.1.2.1 ขั้นการเข้าถึงสื่อ (Media Access) เป็นการเข้าถึงสื่อโดยการเปิดรับและเรียนรู้ ผ่านช่องทางรับรู้สื่อแต่ละประเภทได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ได้ อย่างถูกต้องตามหลักการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก อีกทั้งไม่ถูกจำกัดให้อยู่อยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป ส่งผลให้ผู้รับสารสามารถจดจำข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมาย และตีความตามหลักการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างเช่น ความสามารถในการคัดกรองข้อมูลต่างๆ จากสื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

5.1.2.2 ขั้นการวิเคราะห์สื่อ (Media Analyze) เป็นกระบวนการแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ ว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือเป็นการสร้างสรรค์ขึ้นจากจินตนาการของผู้ผลิตสื่อ จากการวิเคราะห์ประเด็นข้างต้นจะช่วยให้เข้าถึงความเป็นจริงของสื่อได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

5.1.2.3 ขั้นการตีความสื่อ (Media Interpret) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีความเข้าใจสื่อไม่เหมือนกันและมีการตีความแตกต่างกัน

ออกไป จำแนกออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การตีความระดับจิตสำนึก (Conscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของอารมณ์และความรู้สึกที่มีต่อสื่อ การตีความระดับจิตใต้สำนึก (Subconscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของความรู้ ความจำ และความคิดต่างๆ ที่สะสมผ่านประสบการณ์ และการตีความระดับจิตเหนือสำนึก (Superconscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของความคิดสร้างสรรค์ ไปจนถึงขั้นหยั่งรู้เอง

5.1.2.4 ขั้นการประเมินค่าสื่อ (Media Evaluate) เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารรับรู้ถึงคุณภาพของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อว่ามีคุณค่าที่เพียงพอต่อการนำไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่ โดยจำแนกเนื้อหาของสื่อออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทลามก (บันเทิงคดีระดับต่ำ) สื่อจะมีเนื้อหาที่ หยาบคาย อนาจาร ชั่วร้ายให้เกิดความ พยาบาท โมหะ (ความหลง) ถือว่าไม่มีประโยชน์ ประเภทราคะ (บันเทิงคดีระดับสูง) สื่อจะมีเนื้อหาไม่ถึงกับหยาบคาย อูจาด แต่ยังมีมอมเมาชั่วร้าย ชั่ว พยาบาท ถือว่าไม่มีประโยชน์ ประเภทสาระ (สารคดีทางโลก) สื่อจะมีเนื้อหาที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ประเภทธรรมะ (สารคดีทางธรรม) สื่อจะมีเนื้อหามุ่งไปทางธรรมโดยตรง ยก จิตวิญญาณให้สูง แต่ยังไม่เข้าถึงจิตวิญญาณจริง จักรกเลศในจิตยังไม่ได้ จึงไม่สามารถกลดกิเลสได้จริง ยังยึดมั่นทางโลกอยู่ และประเภทโลกุตระ (ธรรมคดี) สื่อจะมีเนื้อหาที่นำไปสู่การหลุดพ้นจาก โลกธรรม ลาภ ยศ สรรเสริญ ซึ่งเป็นความสุขทางโลก ให้ความรู้ด้านปรมัตถ์เพื่อไปปฏิบัติไปจนถึงขั้นสูงสุด

5.1.2.5 ขั้นการใช้ประโยชน์จากสื่อ (Media Uses) เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารเกิดการรับรู้และได้ทำความเข้าใจองค์ประกอบของสื่อทั้ง 4 ขั้นตอนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้นำสิ่งที่วิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่ออย่างชาญฉลาด ถือได้ว่าผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

### 5.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นต่างกันเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 8 ท่าน ได้อธิบายและให้ความเห็นว่าปัจจัยภายนอกส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ในขณะที่เดียวกันผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 7 ท่าน ได้อธิบายและให้ความเห็นว่าปัจจัยภายในส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ดังนี้

5.1.3.1 ปัจจัยภายนอก เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบในรูปแบบต่างๆ ที่เกิดจากสื่อ สรุปปัญหาได้ 2 ด้าน คือ ปัญหาด้านสื่อ พบว่า สื่อมีการนำเสนอเนื้อหาสารที่ไม่มีความ

เหมาะสม เป็นแบบอย่างที่ไม่ดี นำเสนอภาพการใช้ความรุนแรงและภาพลามกอนาจาร ละครมีเรื่องราวของการทะเลาะเบาะแว้ง บทชิงรักหักสวาท ความอิจฉาริษยา ความเห็นแก่ตัว ความแค้นน้ำใจ และปัญหาด้านการส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยม พบว่า สื่อส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยม มีความเป็นระบบทุนนิยม เหนี่ยวนำกระแสความทันสมัย รวมทั้งส่งเสริมการบริโภคผ่านสื่อแสดงให้เห็นถึงความไม่เป็นกัลยามิตรของสื่อ มีการใช้สื่อโฆษณาเพื่อทำการกระตุ้นการบริโภคในทุกๆ รูปแบบ เกิดความลุ่มหลงไปกับกระแสค่านิยมความทันสมัย

5.1.3.2 ปัจจัยภายใน เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร สรุปปัญหาได้ 3 ด้าน คือ ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ผู้รับสารคิดไม่ถูกวิธี ไม่รู้จักแนวทางพิจารณาด้วยตนเองอย่างถูกต้อง อีกทั้งแยกแยะเหตุที่นำไปสู่ปัญหาต่างๆ ไม่ได้ อาทิเช่น ขาดองค์ความรู้ที่จะนำไปใช้ในการสร้างภูมิคุ้มกันสื่อ เนื่องจากไม่รู้ในตัวเอง ปัญหา ไม่รู้เหตุที่ทำให้เกิดปัญหา ไม่รู้วิธียุติเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา ไม่รู้หนทางที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหา ส่งผลให้ปัญหาสะสมทับถมจนไม่สามารถหาทางออกหรือหาแนวทางแก้ไขได้ ไม่รู้ว่ามีแนวทางที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา คือ การตระหนักถึงปัญหา (ทุกข์) การค้นหาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา (สมุทัย) การทำความเข้าใจในปัญหาที่เป็นเหตุ (นิโรธ) และการนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องตามแนวทางพุทธศาสนา (มรรค) ผู้รับสารไม่รู้จักใช้ปัญญาในการเปิดรับสื่อ ด้วยการฝึกฝนวิธีคิดตามหลักพุทธธรรม เพื่อสร้างสติให้รู้เท่าทันสื่อและมีภูมิคุ้มกันสื่ออย่างถูกต้อง โดยใช้การคิดวิเคราะห์เชิงพุทธซึ่งสามารถยับยั้งความคิดความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดจากการเปิดรับสื่อได้อย่างเข้าใจและรู้ทันในสิ่งที่สื่อกำลังมุ่งหวังที่จะให้เกิดขึ้นกับตนเอง (ผู้รับสาร) ปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ในตน พบว่า ผู้รับสารขาดความยับยั้งชั่งใจในความอยากมีอยากได้ ไม่มีความพอเพียง ไม่รู้จักสำรวมอินทรีย์สังวร (ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ) ของตน ปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ว่าสื่อคือปัญหา พบว่า ผู้รับสารไม่รู้ว่าสื่อเป็นตัวการสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลกระทบทั้งทางกายภาพและจิตภาพ ความคิด ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก” ผู้ศึกษาได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ 3 ข้อ ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่มได้อธิบายและให้ความเห็นพ้องกันทั้ง 15 ท่าน เกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อในแต่ละมิติ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยพบข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ หลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกแบ่งออกเป็นมิติต่างๆ ประกอบด้วย มิติด้านการรู้เหตุ (Knowing the Cause) มิติด้านการรู้ผล (Knowing the Purpose) มิติด้านการรู้ตน (Knowing Oneself) มิติด้านการรู้ประมาณ (Knowing How to be Temperate) มิติด้านการรู้กาล (Knowing the Proper Time) มิติด้านการรู้สังคม (Knowing the Society) และ มิติด้านการรู้บุคคล (Knowing the Individual) โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1) มิติด้านการรู้เหตุ (Knowing the Cause) เป็นความเข้าใจหลักความจริง หลักการ รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล และรู้จักหลักการของสื่อที่จะทำให้เกิดผลต่างๆ โดยสามารถพิจารณาเข้าใจถึงกฎเกณฑ์แห่งเหตุผลของสื่อว่าถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออะไร มีกระบวนการในการผลิตอย่างไร รวมถึงรูปแบบของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างทางวัตถุประสงค์อย่างไร เพื่อเข้าใจแนวคิดของผู้ผลิตสื่อ ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาของโฆษณานั้นต้องการให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการ เป็นต้น ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2004a) ที่เสนอว่า เป็นกระบวนการทางความคิด และความสามารถในการเข้าใจสัญลักษณ์ต่างๆ จนถึงสัญลักษณ์ที่มีความซับซ้อน อาทิเช่น เนื้อหาของสารถูกสร้างสรรค์ขึ้นอย่างไร เหตุใดจึงได้รับการสร้างสรรค์ในรูปแบบเช่นนั้น มิติความเข้าใจเป็นมิติด้านสติปัญญา เป็นต้น รวมทั้งแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่เสนอว่า เป็น การคิดวิเคราะห์หรือสังเคราะห์ การรับรู้จากการเข้าใจสัญลักษณ์ต่างๆ รวมถึงการเข้าใจที่ซับซ้อนของสื่อที่ถูกสร้างขึ้นตามความนิยมในยุคใดยุคหนึ่ง ซึ่งต้องการพื้นฐานทางความรู้และความเข้าใจที่ดีพอในการที่จะสรุปข้อมูลเหล่านั้นด้วยตนเอง และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุขุมล จันทวี (2559) ที่ศึกษาพบว่า มุ่งเน้นการรู้ถึงเท่าทันกระบวนการสื่อสารครั้งนั้นๆ ทั้งกระบวนการ อันได้แก่ การรู้เท่าทันความหมายที่แท้จริงของสาร รู้เท่าทันเจตนาของผู้ผลิตสื่อหรือผู้ส่งสาร รู้ผลกระทบ และผลสืบเนื่องของการสื่อสารในแต่ละครั้ง รู้เท่าทันรูปแบบการสื่อสารของสื่อแต่ละประเภท

2) มิติด้านการรู้ผล (Knowing the Purpose) เป็นการรู้ความมุ่งหมาย หรือความหมายที่สื่อได้นำเสนอ ซึ่งมีผลทั้งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ รู้ว่าสื่อมีผลกระทบ รู้

ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ สื่อมีทั้งเนื้อหาทางบวกและทางลบ ยกตัวอย่างเช่นละครเป็นสื่อประเภทบันเทิงคดีมีไว้เพื่อให้ผู้ชมเปิดรับเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินตามการสร้างสรรค์ของผู้ผลิตละคร เป็นต้น ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2004a) ที่เสนอว่า เป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับความสนใจเกี่ยวกับผลกระทบจากสื่อต่อผู้รับสาร และเป็นความสามารถเพลิดเพลินใจ การเข้าถึง และเล็งเห็นคุณค่าของเนื้อหาสารจากมุมมองทางศิลปะ โดยการเล็งเห็นคุณค่านี้ต้องอาศัยความเข้าใจในทักษะที่ใช้ผลิตเนื้อหาสาระของสื่อแต่ละประเภทสามารถจับความแตกต่างระหว่างศิลปะและสิ่งซึ่งเลียนแบบรูปลักษณะเฉพาะตัวของนักเขียน ผู้ผลิตรายการ หรือผู้กำกับแต่ละคน รวมทั้งแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่เสนอว่า การที่ผู้ชมหรือผู้รับสารจะสามารถเข้าใจถึงความบันเทิงหรือความมีสุนทรียะที่สื่อได้นำเสนอ ผู้ผลิตสื่อจะต้องใช้องค์ประกอบศิลป์ต่างๆ นำมาประกอบเพื่อการนำเสนอรูปแบบที่มีความแตกต่างและหลากหลายตามลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท อาทิเช่น เสียงดนตรี ภาพศิลปะ สี สันความงาม คำประพันธ์ตามบทบรรยาย และบทพูดของตัวละคร เป็นต้น ดังนั้นผู้ชมหรือผู้รับสารควรที่จะต้องมีการพัฒนาความเข้าใจในเรื่องของศิลปะแขนงต่างๆ เพื่อสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างศิลปะที่แท้จริงกับการจำลองที่สื่อสร้างสรรค์ขึ้นมา และจากผลการวิจัยของสุขุมล จันทวี (2559) ที่ศึกษาพบว่า เป็นการมุ่งเน้นการรู้เท่าทันเจตนาถึงจุดมุ่งหมายในการสื่อสารในแต่ละครั้งอย่างไร โดยที่เจตนาหรือจุดมุ่งหมายนั้นๆ มีคุณหรือโทษแก่ผู้รับสารอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์จริงและความรู้ทางจิตวิทยาการสื่อสารเข้ามาเสริม เพื่อให้ผู้รับสารวางท่าทีความสัมพันธ์กับผู้ส่งสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม แล้วมองไปที่การรู้เท่าทันเจตนา ในฐานะที่เป็นผู้บริโภคสื่อ โดยการเรียนรู้เท่าทันสื่อ ทั้งในขั้นต้นและขั้นกลางนี้ ยังเป็นทักษะแบบตั้งรับ คือเกิดปัญหาขึ้น แล้วจึงหาวิธีรับมือหรือแก้ไขปัญหาเหล่านั้นๆ

3) มิติด้านการรู้ตน (Knowing Oneself) เป็นการเข้าใจในความคิดของตนเองที่มีต่อสื่อ โดยอาศัยพื้นฐานทางภาวะเพศ ความรู้ ความสามารถของตนเอง และเพื่อนำไปสู่การเข้าใจสื่ออย่างเข้าใจตนเอง ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์ที่มีในตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น นักบวชอาจตีความหมายสื่อในเชิงของธรรมะ ส่วนฆราวาสก็อาจตีความหมายสื่อในเชิงของความบันเทิง ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่ใช้สื่อต่างๆ เหล่านั้นว่าจะเปิดรับเพื่อความบันเทิงหรือเปิดรับเพื่อศึกษาธรรมะ ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2004a) ที่เสนอว่า เป็นการจำแนกสัญลักษณ์ที่ใช้กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกแต่ละอย่างได้ โดยรู้ว่าผู้ผลิตสื่อมีเป้าหมายที่จะกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกเช่นใด นอกจากนี้สามารถใช้สื่อเข้ามาช่วยในการปรับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ตามความประสงค์ รวมทั้งแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่เสนอว่า ความสามารถของแต่ละบุคคลในการแสดงอารมณ์และความรู้สึก

ขณะที่รับสื่อนั้นมีความแตกต่างกัน บางคนมีมากก็จะรู้ถึงเจตนาารมณ์ของสื่อนั้นๆ ส่วนบางคนมีน้อยก็จะคล้อยตามสื่อย่างง่ายดาย ซึ่งในบางครั้งอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการรับสื่อก็ก่ส่งผลในเชิงลบด้วย ยกตัวอย่างเช่น เด็กวัยรุ่นที่ชมภาพยนตร์สยองขวัญและใช้ความรุนแรง ก็จะประสบกับอารมณ์ความหวาดกลัว หรือภาพยนตร์ประเภทสะท้อนอารมณ์ ก็สามารถทำให้เกิดอารมณ์เศร้าแก่ผู้ชมได้ ดังนั้นผู้ชมหรือผู้รับสารจึงควรที่จะรู้เท่าทันอารมณ์ของสื่อเหล่านั้น เนื่องจากสิ่งที่ผู้รับสารคิดและรู้สึกเกี่ยวกับโลกส่วนใหญ่นั้น มักจะมาจากการเรียนรู้ผ่านสื่อแทบทั้งสิ้น ลักษณะเนื้อความในสื่อโดยปกติจะเป็นการผสมผสานข้อมูลต่างๆ ค่านิยม และโลกทัศน์ที่ถูกจัดลำดับ กำหนดความสำคัญก่อนหลัง และเน้นย้ำโดยสื่อ ทั้งนี้ผู้รับสารเองกลับยอมรับและเห็นว่าเป็นเรื่องปกติเป็นไปตามธรรมชาติ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุขุมล จันทวี (2559) ที่ศึกษาพบว่า เป็นการมุ่งเน้นการรู้เท่าทันที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่ได้มีขอบเขตจำกัดว่าต้องอยู่ในบทบาทใด บทบาทหนึ่งจากทั้ง 2 บทบาทที่กล่าวถึง ควรมีการฝึกฝนกระบวนการสื่อสารอย่างรู้เท่าทัน โดยใช้วิธีการฝึก “ติดตาม-กำกับใจตนให้ทัน” ในทุกๆ ครั้งที่สื่อสาร ควรถามตนเองอยู่ว่า เราเป็นใคร เรา กำลังคิดหรือกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ มีความเหมาะสมหรือไม่ ควรหรือไม่ควร ถ้าควรจะดำเนินการต่อไปเช่นใด ถ้าไม่ควรจะหยุดดำเนินการต่อไปเช่นใด มีวิธีการอื่นๆ ที่ดีกว่าหรือไม่ จากที่กล่าวมานี้ เป็นการมุ่งเน้นให้เกิดการรู้เท่าทันความจริงตามธรรมดา รู้เท่าทันโลก รู้เท่าทันชีวิต รู้เท่าทันจิตของตน

4) มิติด้านการรู้ประมาณ (Knowing How to be Temperate) เป็นการเปิดรับสื่ออย่างมีความพอดี ในที่นี้หมายถึงการที่ผู้รับสารไม่เปิดรับสื่อมากเกินไป รู้จักแบ่งเวลาให้กับกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนด้วย ยกตัวอย่างเช่น การออกกำลังกาย การนั่งพักผ่อนเงียบๆ ก็มีส่วนช่วยให้เราจัดความฟุ้งซ่านอย่างหนึ่ง การที่เปิดรับสื่อมากๆ อาจนำไปสู่การถูกสื่อครอบงำได้ ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2004a) ที่เสนอว่า เป็นหลักการที่เชื่อว่าการมีความรู้ของผู้รับสารไม่ว่าจะเป็นความรู้ที่ได้จากสื่อและความรู้จากประสบการณ์ตรง เป็นสิ่งที่ส่งเสริมการมีอำนาจของผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคสื่อเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และแนวคิดของบาร์น Baran (2012) ที่เสนอว่า เป็นความยินดีที่จะพยายามเข้าใจเนื้อหาและให้ความสนใจกับสิ่งที่ขัดขวางการรับชมสื่อ

5) มิติด้านการรู้กาล (Knowing the Proper Time) เป็นการรู้ความเหมาะสมของระยะเวลาในการพัฒนาของสื่อว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของการสื่อสารอย่างเห็นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หรือในอนาคตสื่ออาจจะไม่มีรูปแบบอย่างในปัจจุบัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น องค์ความรู้ของมนุษย์ รวมถึงการพัฒนาทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีไม่เหมือนกัน ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ

Potter (1998) ที่เสนอว่า เป็นความสามารถที่จะสรุปหลักการอันเป็นค่านิยมที่แอบแฝงหรือซ่อนอยู่ภายในเนื้อหาของสารนั้นๆ รวมถึงวงจรการเปลี่ยนแปลงไปของสื่อ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของเออิจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ที่ศึกษาพบว่า เป็นหลักการที่ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจในสื่อประเภทต่างๆ รู้ถึงคุณลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อเหล่านั้นๆ ในระบบทางสังคม รู้ เข้าใจยอมรับแบบแผนการผลิตตามลักษณะทางวิชาชีพแห่งสื่อ รู้ความหมายตรง (Denotation) ที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในตามแบบแผนของสื่อแต่ละประเภท

6) มิติด้านการรู้สังคม (Knowing the Society) เป็นการรู้ว่าสื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม ชุมชน อย่างไร ในที่นี้หมายถึง การรู้สังคมภายนอกของชาวชุมชนอโศก เนื่องจากชุมชนชาวอโศกค่อนข้างเป็นสังคมปิด ดังนั้นการที่จะทำให้สมาชิกในชุมชนรู้จักสังคมภายนอกก็มาจากการเรียนรู้ผ่านสื่อ ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่เสนอว่า เมื่อสื่อจะนำเสนอคุณค่าของสิ่งต่างๆ ให้แก่ผู้ชมหรือผู้รับสารได้รับรู้ ยกตัวอย่างเช่น ในสถานการณ์ที่ขบขัน คุณค่าของสื่อที่ถูกแสดงออกมาในลักษณะของอารมณ์ขัน ส่วนในภาพยนตร์การต่อสู้คุณค่าที่ถูกถ่ายทอดออกมาจากสื่อคือความรุนแรง ลักษณะเช่นนี้ผู้รับสารต้องใช้การรู้เท่าทันสื่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อให้จะเข้าใจว่าข้อมูลนั้นมีคุณค่าหรือไม่ประการใด และสื่อยังมีนัยทางสังคมและการเมือง กล่าวคือ สื่อมีอิทธิพลอย่างมากในบริบททางการเมือง และในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เนื้อหาของสื่อทุกประเภทสามารถส่งผลต่อการเลือกตั้งผู้นำประเทศ ผ่านการนำเสนอภาพลักษณ์ต่างๆ สื่อจะสะท้อนภาพความขัดแย้งแนวคิดทางการเมืองได้อย่างชัดเจน และสื่อยังให้ความรู้สึกว่าประเด็นใดเป็นประเด็นที่สำคัญของชาติ และประเด็นร่วมของโลกต้องเป็นประเด็นที่สำคัญของผู้รับสื่อเหล่านั้นๆ ด้วย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของอดุลย์ เพ็ญรุ่งโรจน์ (2543) ที่ศึกษาพบว่า เป็นความรู้ในบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ความเข้าใจว่าสื่อมองผู้รับสารอย่างไร ใครคือกลุ่มเป้าหมาย และเข้าใจผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่มีต่อปัจเจกบุคคล รวมถึงชุมชน สังคม อาทิเช่น ผลทางด้านความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม

7) มิติด้านการรู้บุคคล (Knowing the Individual) เป็นการรู้ถึงความแตกต่างทางความคิด ความสามารถ ความรู้ ซึ่งไม่เหมือนกันระหว่างผู้รับสารกับผู้ผลิตสื่อ อย่างเช่นผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ตีความเนื้อหาจากสิ่งที่ผู้ผลิตสื่อสอดแทรกเข้าไป ยกตัวอย่างเช่น ผู้สร้างสรรค์สื่อ หรือเรียกว่า ผู้ผลิตสื่อ มีความต้องการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่อของตน เข้าไปในสื่อในรูปแบบต่างๆ อีกฝ่าย คือ ผู้รับสารจะต้องเข้าใจและรู้ทันผู้ผลิตสื่อว่ามีการสอดแทรกแนวคิด ความเชื่ออะไรมาสู่เราอย่างเข้าใจและรู้ทัน ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2004a) ที่เสนอว่า เป็นหลักการเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการสร้างความหมายร่วมกันของสังคม ภายใต้ความแตกต่างในรายละเอียดของแต่ละบุคคล รวมทั้งแนวคิดของ Baran (2012) ที่

เสนอว่า เป็นความเข้าใจในความแตกต่างระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร โดยผู้รับสารมักละเลยอิทธิพลของสื่อ ซึ่งมักมองว่าผู้อื่นได้รับอิทธิพลจากสื่อ แต่ตนเองไม่ได้รับ (Third Person Effect) และแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่เสนอว่า ผู้รับสารแต่ละคนตีความเนื้อหาสาระ แตกต่างกันไปตามประสบการณ์การดำเนินชีวิต อายุ เพศ การศึกษา วัฒนธรรม เช่น ผู้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 จะมีความรู้สึกร่วมภาพยนตร์เรื่องคู่กรรม มากกว่าผู้ชมรายอื่นๆ ผู้ปกครองและบุตรหลานที่ชมรายการโทรทัศน์รายการประเภทเดียวกันก็จะมีมุมมองในรายการดังกล่าวต่างกันด้วย (Thoman & Jolls, 2008)

ในภาพรวมของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผลการวิจัยครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของสายน้ำผึ้ง รัตนงาม (2557) ที่ศึกษาเรื่อง “พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก” ผลการวิจัยพบว่า การใช้พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมีขั้นตอนการรับรู้สื่อโทรทัศน์และเฟซบุ๊กในเชิงพุทธ โดยอาศัยสติสัมปชัญญะเป็นขั้นปฏิบัติในการระลึกรู้แบบไม่ปล่อยตามอำนาจกระแสน้ำและมีความอดทนทางจิตใจต่อผลกระทบจากสื่อ ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามรูปแบบพุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อใน 3 ด้าน คือ ด้านศีล การพัฒนามนุษย์ให้มีพฤติกรรมในการใช้สื่อเฉพาะสิ่งที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งใช้สื่อเพื่อให้เกิดสุจริต ด้านสมาธิ คือ การพัฒนามนุษย์ให้มีคุณภาพทางจิตที่พร้อมต่อการรับรู้สื่อแบบรู้เท่าทัน และด้านปัญญา คือ กระบวนการใช้ปัญญาคิดใคร่ครวญตามหลักธรรมเพื่อสร้างความเห็นที่ถูกต้อง

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโสภ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 กลุ่ม ได้อธิบายและให้ความเห็นพ้องกันทั้ง 15 ท่าน เกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยพบข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ กระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโสภแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นการเข้าถึงสื่อ (Media Access) ขั้นการวิเคราะห์สื่อ (Media Analyze) ขั้นการตีความสื่อ (Media Interpret) ขั้นการประเมินค่าสื่อ (Media Evaluate) และขั้นการใช้ประโยชน์จากสื่อ (Media Uses) โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ขั้นการเข้าถึงสื่อ (Media Access) เป็นการเข้าถึงสื่อโดยการเปิดรับและเรียนรู้ ผ่านช่องทางรับรู้สื่อแต่ละประเภทได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ได้อย่างถูกต้องตามหลักการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโสภ อีกทั้งไม่ถูกจำกัดให้อยู่กับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป ส่งผลให้ผู้รับสารสามารถจดจำข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมาย และตีความตามหลักการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น ความสามารถในการคัดกรองข้อมูลต่างๆ จากสื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่

ต้องการ ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่ได้เสนอว่า การเข้าถึงสื่อเป็นการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร โดยสื่อมวลชนจะส่งผ่านประสาทสัมผัสทางด้านหูและตา มากกว่าประสาทสัมผัสด้านอื่นๆ เนื่องจากข้อจำกัดของสื่อเอง และด้วยประสาทสัมผัสจะส่งข้อมูลไปยังระบบสมองเพื่อตีความและรับรู้ต่อไป ดังนั้นเมื่อมนุษย์เปิดรับสื่อประสาทสัมผัสต่างๆ ก็จะส่งข้อมูลไปสู่สมองและสั่งการคิดและปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ต่างๆ ตามมา ในขั้นของการรับรู้อารมณ์ของตนเองจึงเป็นสำคัญ ที่ต้องแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน ไม่หลงไหลไปตามการชี้นำของสื่อ ยกตัวอย่างเช่น การทำให้เกิดความต้องการสินค้าที่โฆษณา การเลียนแบบดาราที่เห็นว่าสวยหล่อตามแฟชั่น การแสดงอารมณ์รัก โลภ โกรธ หลง ตามภาพยนตร์หรือละครต่างๆ ความคิดจะทำให้ผู้รับสารรับรู้ความจริงว่าอะไรเป็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น สิ่งไหนเป็นความจริงหรือมีอยู่จริง อารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอสื่อที่เร้าอารมณ์ประเภทต่างๆ เป็นการรู้ไม่เท่าทันสื่อ ซึ่งสามารถสังเกตเห็นเหตุและผลต่างๆ อันเป็นที่มาของผลประโยชน์ทางธุรกิจของสื่อเหล่านั้น และจากผลการวิจัยของเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ที่ศึกษาพบว่า เป็นความเข้าใจในเนื้อหาสื่อประเภทต่างๆ รู้ถึงคุณลักษณะของสื่อตามบทบาทหน้าที่ของสื่อต่างๆ อย่างเป็นระบบ รวมทั้งผลการวิจัยของพิริยา จารุเศรษฐการ (2549) ที่ศึกษาพบว่า ความเข้าใจในสื่อโฆษณาและประสบการณ์เปิดรับสื่อ ส่งผลให้ผู้อ่านนิตยสารสามารถแยกบทความเชิงโฆษณาและบทความธรรมดาได้ นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงรูปแบบกลยุทธ์ในการโฆษณาและเข้าใจคำศัพท์เฉพาะในงานโฆษณานั้นๆ กล่าวคือ มีความเข้าใจในสื่อโฆษณาและประสบการณ์เปิดรับสื่อจะส่งผลให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ

2) ขั้นการวิเคราะห์สื่อ (Media Analyze) เป็นกระบวนการแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ ว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือเป็นการสร้างสรรค์ขึ้นจากจินตนาการของผู้ผลิตสื่อ จากการวิเคราะห์ประเด็นข้างต้นจะช่วยให้เข้าถึงความเป็นจริงของสื่อได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่เสนอว่าสื่อทั้งหมดถูกประกอบสร้างขึ้น เพื่อให้การทำงานของสื่อมีความเหมือนจริงมากที่สุด รวมทั้งแนวคิดของบาร์น Baran (2012) ที่เสนอว่า การวิเคราะห์สื่อ เป็นความสามารถในการจำแนกความแตกต่างระหว่างการโต้ตอบด้วยอารมณ์และการโต้ตอบด้วยเหตุผลออกจากกันได้ และจากผลการวิจัยของอดุลย์ เพียงรุ่งโรจน์ (2543) ที่ศึกษาพบว่า การวิเคราะห์สื่อเป็นความสามารถในการจำแนกประเภทเนื้อหาของสื่อ รวมทั้งวิธีการทำงานของผู้ผลิตสื่อและรูปแบบเนื้อหาที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น ในขณะเดียวกันผลการวิจัยของเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ที่ศึกษาพบว่า เป็นขั้นที่ผู้รับสารสามารถวิเคราะห์การดำเนินการของสถาบันหรือองค์กรสื่อ ตามสภาพและตามอุดมการณ์ของผู้ประกอบการสื่อ รู้หลักการและสามารถวิเคราะห์สิ่งที่สื่อได้นำเอาเรื่องภายใน

สังคมมาเสนอด้วยการสร้าง (Construction) การกำหนดต้นแบบฉบับ (Stereotype) รวมถึงสามารถวิเคราะห์จุดมุ่งหมายของการสร้างสรรค์ การนำเสนอและการสร้างการมีส่วนร่วมของสื่อ

3) ขั้นการตีความสื่อ (Media Interpret) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีความเข้าใจสื่อไม่เหมือนกันและมีการตีความแตกต่างกันออกไป จำแนกออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การตีความระดับจิตสำนึก (Conscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของอารมณ์และความรู้สึกที่มีต่อสื่อ การตีความระดับจิตใต้สำนึก (Subconscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของความรู้ ความจำ และความคิดต่างๆ ที่สะสมผ่านประสบการณ์ และการตีความระดับจิตเหนือสำนึก (Superconscious Mind) เป็นการตีความในชั้นของความคิดสร้างสรรค์ ไปจนถึงขั้นหยั่งรู้เอง ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Gajraj, Doi, Mantzaridis, & Kenny (1998) ที่ศึกษาพบว่า กระบวนการตีความสื่อ เป็นกระบวนการประมวลผลข้อมูลแบบใช้จิตสำนึก (Consciousness) เมื่อผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลอย่างมีสติ ซึ่งส่งผลให้มีการเปิดรับสื่ออย่างระมัดระวัง และสามารถตัดสินใจได้ตรงตามความต้องการหรือตามจุดมุ่งหมายของตนเอง แต่ในกรณีที่ผู้รับสารไม่สามารถควบคุมกระบวนการประมวลผลข้อมูลอย่างมีสติได้ จะส่งผลให้เกิดการเปิดรับสื่อ และพิจารณาตัดสินใจแบบไม่รู้ตัว ทำให้สื่อมีอำนาจครอบงำ ความคิด ความรู้สึก และอารมณ์ได้ เกิดการคล้อยตามสื่อ หรือเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของสื่อ (Media Locus) ส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในรูปของภาพและเสียง เข้ามากระทบจิตใต้สำนึกโดยไม่รู้ตัวได้ และจากผลการวิจัยของเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2540) ที่ศึกษาพบว่า เป็นขั้นที่ผู้รับสารมีการรับรู้อย่างเข้าใจถึงการตีความ ภาษาของสื่อว่ามีความหมายแฝง (Connotation) อยู่ในเนื้อหาสารนั้นๆ ซึ่งสื่อได้ถ่ายทอดออกมา ทั้งภาษาภาพ ภาษาพูด ภาษาเสียง และภาษาเขียน โดยการวิเคราะห์ความหมายด้วยองค์ความรู้ และเทคนิคต่างๆ ที่สื่อใช้ในการเล่าเรื่องได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน และสามารถตีความเนื้อหาของสื่ออย่างเชื่อมโยงกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม รวมถึงอุดมการณ์ของสื่อเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องการแบ่งแยกทางเพศ ชนชั้น รู้แก่นความคิดหลักของเรื่องที่สื่อได้บอกเล่า และตัดสินใจจุดมุ่งหมายอย่างเชื่อมโยงได้กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

4) ขั้นการประเมินค่าสื่อ (Media Evaluate) เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารรับรู้ถึงคุณภาพของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อว่ามีคุณค่าที่เพียงพอการนำไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่ โดยจำแนกเนื้อหาของสื่อออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทลามก (บันเทิงคดีระดับต่ำ) สื่อจะมีเนื้อหาที่ หยาบคาย อนาจาร ยั่วเย้าให้เกิดกาม พยาบาท โมหะ (ความหลง) ถือว่าไม่มีประโยชน์ ประเภทราคะ (บันเทิงคดีระดับสูง) สื่อจะมีเนื้อหาไม่ถึงกับหยาบคาย อูจาด แต่ยังมอมเมาชั่วกาม ชั่วพยาบาท ถือว่าไม่มีประโยชน์ ประเภทสาระ (สารคดีทางโลก) สื่อจะมีเนื้อหาที่มีคุณค่าและเป็น

ประโยชน์ต่อสังคม ประเภทธรรมะ (สารคดีทางธรรม) สื่อจะมีเนื้อหามุ่งไปทางธรรมโดยตรง ยกจิตวิญญาณให้สูง แต่ยังไม่เข้าถึงจิตวิญญาณจริง จับกิเลสในจิตยังไม่ได้ จึงไม่สามารถลดกิเลสได้จริง ยังยึดมั่นทางโลกอยู่ และประเภทโลกุตระ (ธรรมคดี) สื่อจะมีเนื้อหาที่นำไปสู่การหลุดพ้นจากโลกธรรม ลาภ ยศ สรรเสริญ ซึ่งเป็นความสุขทางโลก ให้ความรู้ด้านปรมัตถ์เพื่อให้ปฏิบัติไปจนถึงขั้นสูงสุด ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ เียนจะบก (2552) ที่เสนอว่า การประเมินค่าสื่อจะเกิดขึ้นหลังจากการที่ผู้ชมหรือผู้รับสารผ่านขั้นการวิเคราะห์และการทำความเข้าใจสื่อแล้ว ขั้นถัดมาผู้ชมหรือผู้รับสารจะต้องทำการประเมินค่าสิ่งที่สื่อได้นำเสนอออกมาว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงไร ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ หรือวิธีการนำเสนอในรูปแบบใดก็ตาม สื่อได้ใช้การผสมผสานเทคนิคใดบ้างที่ก่อให้เกิดความน่าสนใจ ความพึงพอใจขึ้น หรือทำให้หลงเชื่อไปโดยขาดการวิเคราะห์อย่างถ่องแท้ รวมทั้งแนวคิดของ Potter (2014) ที่เสนอว่า การประเมินค่า (Evaluation) เป็นการตัดสินคุณค่าของข้อมูลข่าวสารนั้นๆ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบกับมาตรฐานบางอย่างมาเป็นตัวกำหนด รวมทั้งแนวคิดของบาร์น Baran (2012) ที่เสนอว่า การประเมินค่า เป็นขั้นของการศึกษาคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภทโดยจำแนกความแตกต่างของสื่อได้อย่างชัดเจน หรือสื่อใดบ้างที่มีการผสมผสานกัน ยกตัวอย่างประเภทของสื่อ เช่น ข่าว สารคดี ภาพยนตร์ เป็นต้น ส่วนตัวอย่างของคุณลักษณะของสื่อ เช่น ข่าวมีการดำเนินเรื่องอย่างไร โดยใคร เป็นต้น ผู้รับสารต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับลักษณะของสื่อ เนื่องจากสื่อในปัจจุบันมีความหลากหลาย ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความหมายให้กับตนเอง เพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท รวมทั้งเข้าใจถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นของเหตุการณ์ต่างๆ ระหว่างภาพยนตร์สารคดีกับภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดในด้านของความน่าเชื่อถือ ซึ่งทักษะในข้อนี้ นั้นยังมีความสำคัญในเชิงการเข้าใจถึงแนวทางการผสมผสานคุณลักษณะของสื่อต่างๆ รวมเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ และเพิ่มจำนวนผู้ชม อันหมายถึงผลกำไรมหาศาลทางธุรกิจ การที่ผู้รับสารมีทักษะนี้ก็จะเป็เครื่องมือช่วยในการอ่านเนื้อหาสื่อได้อย่างเฉียบขาด

5) ขั้นการใช้ประโยชน์จากสื่อ (Media Uses) เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารเกิดการรับรู้และได้ทำความเข้าใจองค์ประกอบของสื่อทั้ง 4 ขั้นตอนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้นำสิ่งที่วิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่ออย่างชาญฉลาด ถือได้ว่าผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีโศก ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ เียนจะบก (2552) ที่เสนอว่า การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ผู้รับสารจะต้องนำสิ่งที่วิเคราะห์ได้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ รู้จักเลือกรับสื่อ สามารถถ่ายทอดหรือส่งสารต่อได้อย่างถูกต้อง และมีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อได้ โดยใช้องค์ความรู้ที่ได้รับนี้ เนื่องจากคนเราไม่สามารถออกไปจากโลกของสื่อได้ จึงจำเป็นที่จะต้องอยู่ในโลกของสื่อต่อไปจึงควรที่จะรู้จักการนำสื่อมาใช้ให้เกิดประโยชน์

ในภาพรวมของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ผลการวิจัยครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของบราวน์ Brown (1998) ที่ได้เสนอแนะว่า ขั้นตอนของการรู้เท่าทันสื่อที่มีประสิทธิภาพควรมีการพัฒนาด้านการคิดหรือกระบวนการทางปัญญา การพัฒนาด้านความรู้สึกรู้สึกหรือจิตใจ และการพัฒนาทักษะทางพฤติกรรมตามรูปแบบที่สร้างขึ้น ทั้งนี้ควรจะเน้นหนักในส่วนของการเตรียมผู้รับสารให้ได้รับการพัฒนากระบวนการคิดโดยสนับสนุนการใช้การคิดวิจารณ์ญาณ ซึ่งกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก เป็นแนวทางการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อรูปแบบหนึ่งที่สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของ Thoman and Jolls (2004) ที่เสนอว่า องค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อจะต้องให้เรียนรู้การคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ เรียนรู้การวิเคราะห์และตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่ได้เห็นหรือสัมผัสถูกสร้างขึ้นมาจากอะไร สร้างมาได้อย่างไรและมีอะไรที่ถูกละเว้นไม่ให้มีการนำเสนอ รู้จักตั้งคำถามว่าใครเป็นเจ้าของ สื่อถูกผลิตขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง ใครเป็นผู้มีส่วนได้เสีย สิ่งใดบ้างที่จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารและสังคม และสอดคล้องกับการวิจัยของจินตนา ต้นสุวรรณนันทน์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต” จากการศึกษาค้นคว้ากระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการเปิดรับสื่อ/เข้าถึงสื่อ ขั้นการวิเคราะห์สื่อ ขั้นตีความสื่อ ขั้นประเมินค่าสื่อ และขั้นใช้ประโยชน์จากสื่อ นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษามีการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้สื่อสูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นในด้านการคิด ด้านความรู้สึกรู้สึก/จิตใจ และด้านพฤติกรรมรวมกับการฝึกปฏิบัติตามขั้นตอน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 8 ท่าน มีความคิดเห็นพ้องกันว่า ปัจจัยภายนอกส่งผลกระทบต่อกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และขณะเดียวกันผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 7 ท่าน มีความคิดเห็นพ้องกันว่า ปัจจัยภายในส่งผลกระทบต่อกระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ปัจจัยภายนอก เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบในรูปแบบต่างๆ ที่เกิดจากสื่อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

(1) ปัญหาด้านสื่อ พบว่า สื่อมีการนำเสนอเนื้อหาสาระที่ไม่มีความเหมาะสม เป็นแบบอย่างที่ไม่ดี นำเสนอภาพการใช้ความรุนแรงและภาพลามกอนาจาร ละครมีเรื่องราวของการทะเลาะเบาะแว้ง บทชิงรักหักสวาท ความอิจฉาริษยา ความเห็นแก่ตัว ความแค้นน้ำใจ ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของสิวพร ศรีศักดิ์นันท์ (2557) ที่เสนอว่า สื่อออนไลน์มีการนำเสนอภาพลามกอนาจารซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อผู้รับสาร รวมทั้งแนวคิดของ Gerbner (1998) ที่เสนอว่า สื่อโทรทัศน์นำเสนอการใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหา ส่งผลให้

ผู้รับสารที่เป็นเด็กเกิดความรู้สึกต่อโลกรอบๆ ตัวนั้น เต็มไปด้วยความรุนแรง นำไปสู่ทัศนคติที่หวาดกลัวและแปลกแยกจากสังคมของตนเอง ขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของเบญจมาศ เบ็ญจพรกุลพงศ์ (2544) ที่ศึกษาพบว่า พฤติกรรมของตัวการ์ตูนจีนจ้องแค้นส่วนใหญ่เป็นการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และผลการวิจัยของนันทวัน สุชาโต (2520) ที่ศึกษาพบว่า สื่อมีเนื้อหาที่แสดงความรุนแรงอยู่มาก เพราะฉะนั้น โอกาสที่ผู้รับสารที่เป็นเด็กจะเปิดรับรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหารุนแรงจึงมีอยู่มากและยังพบอีกว่า ยิ่งเด็กมีการเปิดรับสื่อบ่อยครั้ง จะมีส่วนในการทำให้เด็กยอมรับการใช้ความรุนแรงแก้ปัญหา หรือแม้แต่เคยมีประสบการณ์การใช้ความรุนแรงแก้ปัญหาด้วยตนเอง

(2) ปัญหาด้านการส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยม พบว่า สื่อมีการส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยม มีความเป็นระบบทุนนิยม เห็นว่าน่าจะระแแสความทันสมัยทันสมัย รวมถึงส่งเสริมการบริโภคผ่านสื่อแสดงให้เห็นถึงความไม่เป็นกัลยามิตรของสื่อ มีการใช้สื่อโฆษณาเพื่อทำการกระตุ้นการบริโภคในทุกๆ รูปแบบ เกิดความลุ่มหลงไปกับกระแสค่านิยมความทันสมัย ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ เย็นจะบก (2552) ที่เสนอว่า สื่อทุกชนิดมีเนื้อหาสะท้อนค่านิยม โดยที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอให้เห็นถึงค่านิยมและวิถีชีวิตในรูปแบบต่างๆ สื่อเป็นตัวชี้นำโดยอาจจะแสดงออกอย่างชัดเจน หรือไม่ก็แสดงโดยนัยว่าธรรมชาติของโลกและสังคมควรที่จะยอมรับเป็นอย่างไร เช่น วิถีเศรษฐกิจพอเพียง ศิลปะการดำเนินชีวิตที่ดี ค่านิยมแบบบริโภคนิยม วัตถุนิยม ทุนนิยม ชาตินิยม และสอดคล้องกับผลการวิจัยของนภวรรณ ตันติเวชกุล (2542) ที่ศึกษาพบว่า สื่อโฆษณามีอิทธิพลต่อการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมด้วยการนำเสนอแนวคิดและค่านิยมเชิงการบริโภค (บริโภคนิยม) และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแก่ผู้รับสารที่เป็นเยาวชนในสถานศึกษา เช่น ค่านิยมเกี่ยวกับการมีผิวขาวใสของผู้หญิง ค่านิยมเกี่ยวกับความมั่นใจในตนเอง ค่านิยมในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อสร้างมิตรภาพและเข้าสังคม เป็นต้น

ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับทฤษฎีการบ่มเพาะวัฒนธรรมหรือทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) ของ Gerbner, Gross, Morgan, and Signorielli (1980) พบว่า สื่อมีบทบาท 3 ลักษณะ คือ สื่อสร้างความไม่กระจ่างชัด (Blurring) กล่าวคือ ความไม่กระจ่างชัดส่งผลให้ผู้รับสารไม่สามารถการแยกแยะมุมมองระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกเสมือนจริงในสื่อประเภทต่างๆ ได้ สื่อสร้างการผสมผสานหรือการหลอมรวม (Blending) กล่าวคือ ความเป็นจริงต่างๆ ในโลกแห่งความเป็นจริงถูกสื่อนำไปหลอมรวมเข้าไปในโลกเสมือนจริงจนกลายเป็นกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสื่อประเภทต่างๆ และสื่อสร้างการโน้มเอียง (Bending) กล่าวคือ สื่อจะพยายามทำให้โลกแห่งความจริงดำเนินไปตามกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของสถาบัน/องค์กรสื่อ และผู้อุปถัมภ์สื่อ

2) ปัจจัยภายใน เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้ ความเชื่อ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสาร แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

(1) ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ผู้รับสารคิดไม่ถูกวิธี ไม่รู้จักแนวทางพิจารณาด้วยตนเองอย่างถูกต้อง อีกทั้งแยกแยะเหตุที่นำไปสู่ปัญหาต่างๆ ไม่ได้ อาทิเช่น ขาดองค์ความรู้ที่จะนำไปใช้ในการสร้างภูมิคุ้มกันสื่อ เนื่องจากไม่รู้ในตัวปัญหา ไม่รู้เหตุที่ทำให้เกิดปัญหา ไม่รู้วิสัยทัศน์เหตุที่ทำให้เกิดปัญหา ไม่รู้หนทางที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหา ส่งผลให้ปัญหาสะสมทับถมจนไม่สามารถหาทางออกหรือหาแนวทางแก้ไขได้ ไม่รู้ว่ามีแนวทางที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา คือ การตระหนักถึงปัญหา (ทุกข์) การค้นหาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา (สมุทัย) การทำความเข้าใจในปัญหาที่เป็นเหตุ (นิโรธ) และการนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องตามแนวทางพุทธศาสนา (มรรค) ผู้รับสารไม่รู้จักใช้ปัญญาในการเปิดรับสื่อ ด้วยการฝึกฝนวิจิตตามหลักพุทธธรรม เพื่อสร้างสติให้รู้เท่าทันสื่อและมีภูมิคุ้มกันสื่ออย่างถูกต้อง โดยใช้การคิดวิเคราะห์เชิงพุทธซึ่งสามารถยับยั้งความคิด ความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดจากการเปิดรับสื่อได้อย่างเข้าใจและรู้ทันในสิ่งที่สื่อกำลังมุ่งหวังที่จะให้เกิดขึ้นกับตนเอง (ผู้รับสาร) ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2004a) ที่เสนอว่า ผู้รับสารยังขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ อีกทั้งไม่สามารถสรุปได้ว่าลำดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อที่มีค่าสูงสุดอยู่ในขั้นใด ผู้รับสารต้องแสวงหาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลข่าวสารและบริบททางสังคม ซึ่งจะช่วยให้สามารถเป็นผู้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้

(2) ปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ในตน พบว่า ผู้รับสารขาดความยับยั้งชั่งใจในความอยากมีอยากได้ ไม่มีความพอเพียง ไม่รู้จักสำรวมอินทริยสังวร (ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ) ของตน ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของบาร์น Baran (2012) ที่เสนอว่า โดยทั่วไปผู้รับสารยังขาดความตระหนักรู้ในตนเอง ส่งผลให้ไม่สามารถที่จะมองเห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่ส่งผลกระทบได้

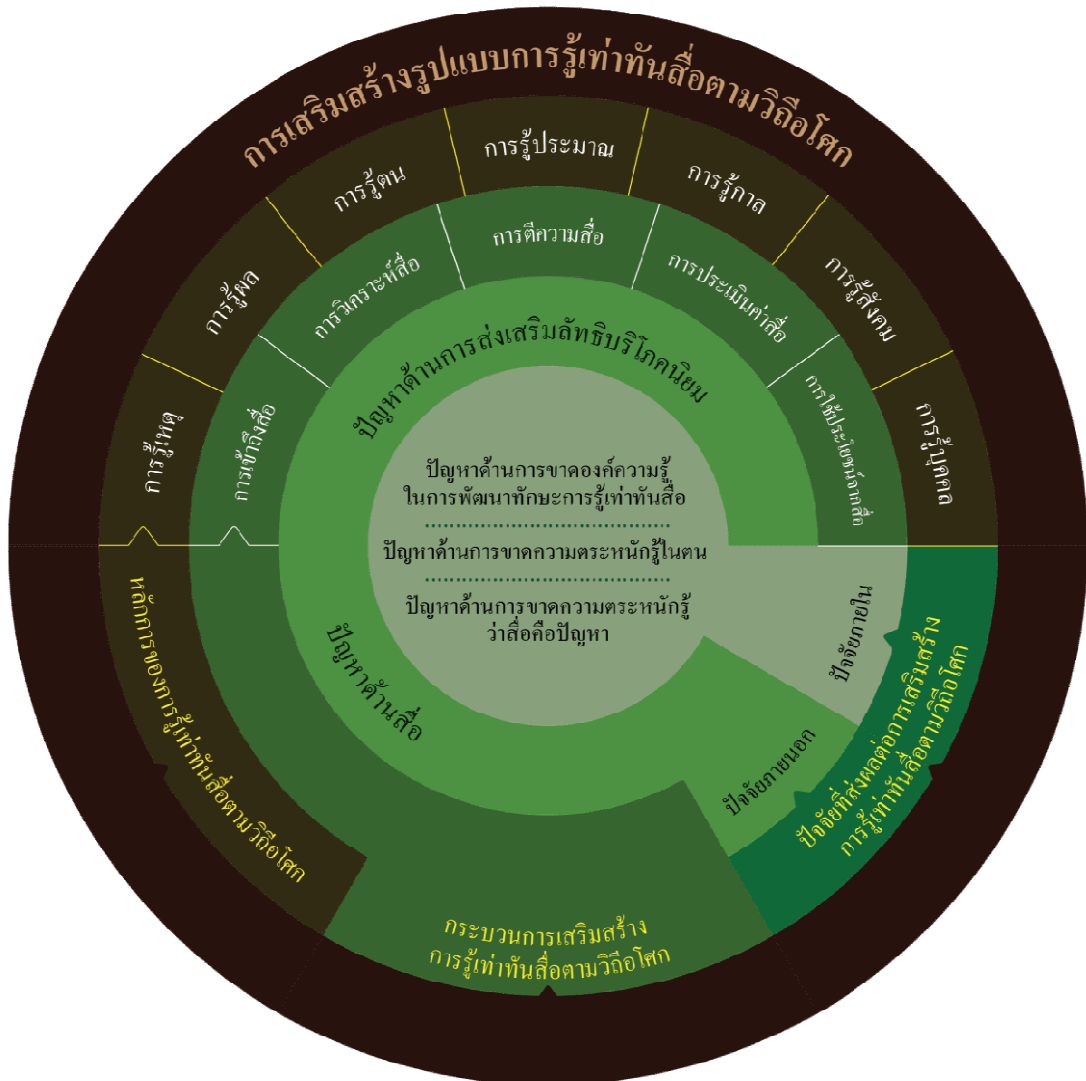
(3) ปัญหาด้านการขาดความตระหนักรู้ว่าสื่อคือปัญหา พบว่า ผู้รับสารไม่รู้ว่าสื่อเป็นตัวการสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลกระทบทั้งทางกายภาพและจิตภาพ ความคิด ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของอิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2557) ที่เสนอว่า สื่อมีอิทธิพลอย่างมากและส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล และแนวคิดของ Gerbner (1998) ที่เสนอว่า สื่อโทรทัศน์ปลูกฝังทัศนคติผู้รับสารในการใช้ความรุนแรง

ในภาพรวมของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ผลการวิจัยครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Potter (2004a) ที่เสนอว่า ผู้รับสารควรมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ด้วยความตระหนักรู้และเข้าใจ

ถึงผลกระทบและอิทธิพลจากการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ของสื่อ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารสามารถรู้เท่าทันและปกป้องตนเองจากสื่อได้ รวมทั้งแนวคิดของจิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2547) ที่เสนอว่า สื่อมีอิทธิพลต่อจิตใจ ทำให้ ความรู้สึกลึกซึ้ง และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและสถานการณ์ที่เผชิญ ซึ่งเป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งมีผลทำให้การแสดงพฤติกรรมนั้นๆ ออกมา ประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกภายใน เป็นต้น และแนวคิดของ McQuail (1997) ที่เสนอว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย ทักษะคิด ค่านิยม ความคิด นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับทางทฤษฎีความสอดคล้อง (Consistency Theory) ของอะเบลสัน Abelson (1968) ที่สรุปข้อค้นพบว่า การสื่อสารสามารถจูงใจและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้ และทัศนคติ โดยเปลี่ยนองค์ประกอบทางการรู้คิดของทัศนคติ และจากผลการวิจัยของ Severin and Tankard (2001) ที่ศึกษาพบว่า ความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ นั้น มักจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของพระณัฐพงษ์ กฤตยวงศ์ (คุณเสโก) (2552) ที่ศึกษาเรื่อง “ทางออกของปัญหาการบริโภคสื่อโทรทัศน์ตามหลักพระพุทธศาสนา” พบว่า สื่อมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาและกลุ่มประเทศโลกที่สาม สื่อเป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึงและครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มในทุกพื้นที่ การบริโภคสื่อโดยขาดความรู้ความเข้าใจและขาดวิจารณญาณสามารถนำความเสียหายมาสู่ตนเองมากมายเกินความคาดหมาย 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) ตามหลักการพัฒนากระบวนการเปิดรับสื่อ เพื่อสร้างสัมมาทิฐิ (สร้างความคิดที่ถูกต้อง) การเปิดรับสื่อในทางพระพุทธศาสนาเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สามารถฝึกฝนและพัฒนา เพื่อให้รู้เท่าทันปัญหา พัฒนาระบวนการคิดอย่างมีระบบ มีความคิดที่ถูกต้อง บริโภคด้วยปัญญา ไม่ตกเป็นทาสของกามคุณและการโฆษณา

ดังนั้น การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการศึกษาและพัฒนาตนเองเพื่อสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้อย่าง

สอดคล้องกับแนวทางของนักวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อช่วยให้ผู้รับสารทุกคนมีภูมิคุ้มกันต่อพิษภัยจากสื่อ ซึ่งมีสาเหตุมาจากการขาดความรู้เกี่ยวกับวิธีการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันสื่อที่มีประสิทธิภาพให้กับตนเอง และจากผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอ โสภ (Asoke's Media Literacy Model) ดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 รูปแบบการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิดีโอ โสภ

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องการเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอสังก ผู้วิจัยได้ทำการสรุปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ

ภาครัฐควรวางแผนส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแก่ประชาชนอย่างจริงจัง เพื่อที่ประชาชนจะได้ไม่ตกไปเป็นเครื่องมือของผู้ไม่ประสงค์ดี เมื่อรู้ทันกลยุทธ์หรือยุทธวิธีทางจิตวิทยา ผ่านการใช้สื่อเป็นช่องทางในการครอบงำความเชื่อ ทัศนคติ รวมถึงการแสดงออกทางพฤติกรรมของประชาชน เนื่องจากสื่อเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “สื่อดิจิทัล” อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศที่ถูกเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดให้เดินตามกระแสประเทศที่มีความเจริญทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม จึงควรให้มีการเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้กับประชาชนไทยให้มีคุณภาพมากกว่าเดิม เช่น กำหนดยุทธศาสตร์ในการนำเอาหลักการรู้เท่าทันสื่อมาบรรจุในแผนการศึกษาแห่งชาติ เพื่อกระจายองค์ความรู้ไปสู่ชุมชนได้อย่างครอบคลุม ด้านภาคเอกชนควรวางแผนที่จะมุ่งสู่การทำประโยชน์ให้แก่สังคมส่วนรวมมากขึ้น เช่น การสร้างสรรค์สื่อที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประชาชนในประเทศเป็นสำคัญ มากกว่าการแสวงหาผลประโยชน์ทางการค้าเพียงอย่างเดียว เช่น ให้การสนับสนุนโครงการหรือจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อหรือการสร้างภูมิคุ้มกันสื่อแก่ประชาชน เป็นต้น และด้านภาคประชาชน ควรถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อให้กับบุคคลใกล้ชิดอย่างต่อเนื่อง โดยการบอกต่อหรือแนะนำแหล่งศึกษาข้อมูลที่ทำให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างภูมิคุ้มกันสื่อ

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากสื่อในปัจจุบันยังคงส่งผลกระทบต่อสังคมและขยายอิทธิพลอย่างต่อเนื่องแก่ผู้รับสารทั้งทางกายภาพและทางจิตภาพ ซึ่งปัญหาที่เกิดจากสื่อต่างๆ เหล่านี้จะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นอย่างไรก็ดี ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการศึกษากระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ โดยนำเอาหลักการและแนวทางปฏิบัติที่สามารถช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้เท่าทันผลกระทบจากสื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าควรทำการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม มีดังนี้

5.3.2.1 ควรศึกษากระบวนการสร้างภูมิคุ้มกันสื่อที่เหมาะสม ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้กับประชาชนทุกกลุ่ม เพราะกลุ่มเสี่ยงในปัจจุบันไม่ใช่เพียงแค่เด็กหรือเยาวชนเท่านั้น ผู้ใหญ่ก็เป็นกลุ่มเสี่ยงเช่นเดียวกัน

5.3.2.2 ควรศึกษากระบวนการสร้างสื่อปลอดภัย ที่มุ่งเน้นในทางศีลธรรม จริยธรรมให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อชักนำให้ผู้รับสารกระทำความดี ให้ความสำคัญกับประโยชน์ ทานมากกว่าประโยชน์ตน

5.3.2.3 ควรศึกษากระบวนการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งในระดับ บุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคม เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ให้มีความถูกต้อง แม่นยำมากขึ้น ทั้งนี้จะได้นำไปสู่การหาแนวทางแก้ไขได้อย่างตรงประเด็น อันเป็นข้อบกพร่องที่ แท้จริง

## บรรณานุกรม

- กฤษณ์ท แสันทวี. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน ในเขต กรุงเทพมหานคร. งานวิจัยทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน ประจำปี พ.ศ. 2553. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพฯ.
- กวิสรา ทองดี. (2557). การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาสำหรับเด็กและเยาวชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- ชัตติยา ขัตติยวรา. (2547). การก่อรูปทางอัตลักษณ์ของขบวนการเคลื่อนไหวทางศาสนา: กรณีศึกษา ชุมชนสันติอโศก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- จี๋ เชิญฝ้าเชื้อ. (2545). ระบบสังคม “บุญนิยม” ในศตวรรษที่ 21 ทางเลือกที่ 3 ที่ดีกว่าทุนนิยมและ คอมมิวนิสต์. กรุงเทพฯ: ฟาอภัย.
- จินดารัตน์ บวรบริหาร. (2548). ความรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การประเมินความเสี่ยงและ พฤติกรรมการป้องกันตนเองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตรบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- จินตนา ดันสุวรรณนท์. (2551). ผลการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 14(1), 21-32.
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2547). ทศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม : การวัด การพยากรณ์ และการ เปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ชัยอนันต์ สมุทรวณิช. (2541). เพลิน. กรุงเทพฯ: พีเพรส.
- ชลีพร เสงี่ยมศักดิ์โสภณ. (2541). การเปิดรับสื่อ การรับรู้เกี่ยวกับสังคมตะวันตก และการใช้ชีวิต แบบสังคมตะวันตกของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตรบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ดวงแก้ว เขียวสวัสดิ์กิจ. (2552). กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ โฆษณาครีมปรับผิวขาวทางโทรทัศน์ของ ผู้รับสารสตรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- ตะวัน เกียรติบุญญฤทธิ์. (2533). พระชาวอโศกกับพุทธบัญญัติในพระไตรปิฎก. กรุงเทพฯ: ฟ้าอภัย.
- ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2557). *ปรัชญาในเทศาสนตร์ : กระบวนทัศน์ในการพัฒนาทฤษฎีและ*  
*ศึกษาวิจัยการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ เจริญสุข. (2554). *การสื่อสารเชิงพุทธ กับการเปลี่ยนแปลงสังคม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา  
ดุขฎิบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, พระนครศรีอยุธยา.
- ธัญญา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2536). *โครงสร้างอำนาจของชุมชน : ศึกษากรณีชุมชนชาวอโศก*.  
(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,  
กรุงเทพฯ.
- ธีรนนท์ เกตุคุณ. (2525). *การศึกษาอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชน :*  
*ศึกษาเฉพาะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนรัฐบาล สังกัดกรมสามัญศึกษา*  
*กระทรวงศึกษาธิการในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นภวรรณ ตันติเวชกุล. (2542). *การวิเคราะห์อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตาม*  
*แนวคิดทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา*. (วิทยานิพนธ์  
ปริญญาดุขฎิบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นัทธ์หทัย อุบล. (2552). *แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการคิดวิเคราะห์กับการ*  
*รู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่*  
*การศึกษาสมุทรปราการ เขต 1*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- นันท์วัน สุชาโต. (2520). *อิทธิพลของการดูภาพยนตร์ ที่รุนแรงทางโทรทัศน์กับทัศนคติในเชิง*  
*ก้าวร้าวของเด็กจากครอบครัวต่างฐานะ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นิธมล หิรัญวิจิตรภรณ์. (2558). *ทัศนคติ การรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณา*  
*ออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้  
*ตีพิมพ์*). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บำรุง สีอำไพ. (2518). *พฤติกรรมและทัศนคติของผู้รับสารต่อสื่อมวลชน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2554). *การรู้เท่าทันสื่อ: การก้าวทันบนโลกข่าวสาร*. *วารสารนักบริหาร*,  
37(1), 117-123.

- บุษดี พนมภู. (2556). การปรับตัวของคนข่าวยุคออนไลน์: ศึกษาเฉพาะกรณี หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทฉบับที่ ๒ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- เบญจมาศ เบ็ญจพรกุลพงศ์. (2544). การรับรู้ของเด็กที่มีต่อพฤติกรรมของตัวการ์ตูนจีนในการ์ตูนทางโทรทัศน์ชุดชินจังจอมแก่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ ๒ ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). ทศนคติ : การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พนิดา บุญชัยศรี. (2538). ผลกระทบของรายการโทรทัศน์ รายการเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมของเราที่มีต่อความรู้ การนำไปปฏิบัติตาม และการถ่ายทอดสู่บุคคลในครอบครัวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ ๒ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). ถอดรหัส ลับความคิด เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น.
- พระณัฐพงษ์ กฤตยวงศ์ (คุณโสโก). (2552). ทางออกของปัญหาการบริโภคสื่อโทรทัศน์ตามหลักพระพุทธศาสนา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ ๒ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). (2538). พุทธธรรม. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2558. ราชกิจจานุเบกษา. 132, 21ก (26 มีนาคม): 30-42.
- พริยา จารุเศรษฐการ. (2549). การรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณาในสื่อนิตยสารสตรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ ๒ ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เพ็ญแข ประจันปัจฉนิก. (2551). รายงานการยกระดับคุณธรรม จริยธรรมของสังคมไทยเพื่อการปฏิรูปสังคม : แนวทางและการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ. (2557). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ ๒ ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- มนต์ชัย นินนาทนนท์. (2526). อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จ. เชียงใหม่. เชียงใหม่: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มูลนิธิธรรมสันติ. (2530). วิปัสสนาจอแก้ว. *สารอโศก*, 11(8), 18-47.

มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม). (2547). *คู่มือจัดกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ*.

กรุงเทพฯ: จีโอเมทริก.

เมธีริน ขวัญใจ. (2551). *เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โยธิน ศันสนยุท. (2530). *มนุษย์สัมพันธ์ : จิตวิทยาการทำงานในองค์กร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

รัฐจวน มินประดิษฐ์. (2513). *อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย ซึ่งมาจากครอบครัวที่มีฐานะแตกต่างกัน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

วรัชญ์ ครุจิต. (2555). “ความรู้เท่าทันสื่อ” เข้ากับการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ทพลัส.

วิศาลักษณ์ สิทธิขุนทด. (2551). *การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ศศิธร อภิสิทธิ์นิรันดร์. (2541). *การขัดเกลาทางสังคมผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ประเภทรายการปกิณกะบันเทิง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ศิวาพร ศรีศักดิ์นันท์. (2557). *รูปแบบการเสริมสร้างจริยธรรมการสื่อสารเชิงพุทธทางสื่อออนไลน์ของสื่อมวลชนไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, พระนครศรีอยุธยา.

สนั่น ไชยานุกุล. (2519). *ปรัชญาอินเดีย*. กรุงเทพฯ: การศาสนา.

สมณะโพธิรักษ์. (2531). *บันทึกจากปัจฉาสมณะตอนแพ้เป็นพระ ชนะเป็นผู้มีอำนาจ*. *สารอโศก*, 12(9), 53-59.

สมณะโพธิรักษ์. (2532). *สัจจะแห่งชีวิตของสมณะโพธิรักษ์*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิธรรมสันติ.

สมณะโพธิรักษ์. (2538). *โพธิรักษ์-โพธิกิจ*. กรุงเทพฯ: ฟ้าอภัย.

สมณะโพธิรักษ์. (2543). *อีคิวโลกุตระ*. กรุงเทพฯ: ฟ้าอภัย.

สมณะโพธิรักษ์. (2544). *อีคิวโลกุตระ*. [เทพคาสเซ็ท]. กรุงเทพฯ: ธรรมทัศน์สมาคม.

สมณะโพธิรักษ์. (2559, 12 เมษายน). *วิถีชาวโศก*. สืบค้นจาก

[http://www.asoke.info/09Communication/DharmaPublicize/Book/withi\\_asoke/w01.html](http://www.asoke.info/09Communication/DharmaPublicize/Book/withi_asoke/w01.html)

สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (2559, 6 เมษายน). *การปฏิรูปสื่อ*. สืบค้นจาก

[http://www.tja.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3812:2015-07-24-07-55-37&catid=24:media-center-surveillance-threats&Itemid=24](http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=3812:2015-07-24-07-55-37&catid=24:media-center-surveillance-threats&Itemid=24)

สายน้ำผึ้ง รัตนงาม. (2557). *พุทธวิถีการรู้เท่าทันสื่อเพื่อพัฒนาชีวิต: ศึกษากรณีสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุญบัณฑิต ไม่ได้ดีพิมพ์).

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, พระนครศรีอยุธยา.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). *ทิศทางของ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

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

สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

สิทธิสังจะ วิมุตตินันท์. (2528). *ปัญหาสังคมที่แก้ไม่ได้ เพราะการศึกษาพุทธศาสนาผิดพลาด*.

กรุงเทพฯ: มูลนิธิธรรมสันติ.

สุกัญญา ติระวนิช และนันทริกา คุ่มไพโรงจน์. (2528). *อิทธิพลของสื่อต่อเด็กในกรุงเทพมหานคร*.

กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.

สุใจ ประเทืองสุพลเลิศ. (2549). *การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ดีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

สุภูมิ จันทวี. (2559, 6 เมษายน). *ระดับของทักษะการรู้เท่าทันการสื่อสาร*. สืบค้นจาก

[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](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)

สุนทร ณ รั้งยี. (2521). *ปรัชญาอินเดียประวัติและลัทธิ*. กรุงเทพฯ: พิพิธวิทยา.

สุนัย เศรษฐบุญสร้าง. (2531). “ทิศทางใหม่ของการแก้ปัญหาสังคมคือระบบบุญนิยม” สัมภาษณ์พุทธสาวกในเศรษฐศาสตร์เชิงพุทธ. กรุงเทพฯ: ชีระการพิมพ์.

สุภางค์ จันทวานิช. (2557). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุภารัตน์ แก้วสุทธิ. (2553). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมการป้องกันตัวเอง จากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. กรุงเทพฯ.
- สุรเกียรติ์ ชาติวัฒนาวิทย์. (2555). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 4-6 : การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนระหว่างสังกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. กรุงเทพฯ.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การสื่อเพื่อการจัดการในองค์การธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2557). ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: ระเบียบทอง.
- สุพรรณ ตั้งทวีวัฒนา. (2544). ผลกระทบของภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์เรื่อง "เมรน้อยเจ้าปัญญา" ที่มีต่อผู้ชม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. กรุงเทพฯ.
- สุวรรณ คำมัน. (2551). สภาพปัจจุบัน ปัญหา และแนวโน้มการบริหารเปลี่ยนแปลงสังคมโลกและสังคมไทย ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ด้านเศรษฐกิจและลักษณะของการผลิตและการบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- สุคัน ขาวหินฟ้า. (2549). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสุขภาวะภายใต้ระบบบุญนิยม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. กรุงเทพฯ.
- อดุลย์ เพ็ญรุ่งโรจน์. (2543). การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อสำหรับงานวิจัยสื่อสารมวลชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. กรุงเทพฯ.
- อรพรรณ จันทรวงศ์ไพศาล. (2555, 22 พฤศจิกายน). ปัญหาสังคมออนไลน์ เสรีภาพ ความขัดแย้ง และความเกลียดชัง. มติชน, น. 20 (กลาง).
- อรรณพ ปิณฑน์โอวาท. (2549). การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุริษา งามวุฒิพร. (2553). การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักร่วมของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. กรุงเทพฯ.
- อุษา บิ๊กกินส์. (2555). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy). สุทธิปริทัศน์, 26(80), 147-161.

- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2540). *การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิเตอเรซีของนักศึกษาในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- Abelson, R. P. (1968). *Theories of Cognitive Consistency: a Sourcebook*. Chicago, IL: Rand-McNally.
- Allport, G. W. (1975). *Attitude and Psychology*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Atkin, C. (1973). *Instrumental Utilities and Information Seeking*. Los Angeles, CA: Sage.
- Bandura, A. (2011). *Social Cognitive Theory*. London, United Kingdom: Sage.
- Bandura, A., & McClelland, D. C. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Baran, S. J. (2012). *Introduction to Mass Communication*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Baran, S. J., & Davis, D. (2011). *Mass Communication Theory: Foundations, ferment, and future*. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.
- Berger, A. A. (2013). *Media Analysis Techniques*. Los Angeles, CA: Sage.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York, NY: Rinehart and Winston.
- Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of Educational Goals*. New York, NY: David McKay.
- Brown, J. (1998). Media Literacy Perspectives. *Journal of Communication*, 48(1), 44-57.
- Buckingham, D. (2013). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Cline, V. B., Croft, R. G., & Courier, S. (1973). Desensitization of Children to Television Violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27(3), 360.
- Cram, D., Linn, A., & Nowak, E. (1999). *History of Linguistics 1996*. Amsterdam, Netherlands: John Benjamins.
- Doherty, M. E., & Kurz, E. M. (1996). Social Judgement Theory. *Thinking & Reasoning*, 2(2-3), 109-140.
- Dollard, J., & Miller, N. E. (1950). *Personality and Psychotherapy; an Analysis in Terms of Learning, Thinking, and Culture*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). *The Demographics of Social Media Users*. Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project.

- Feshbach, S., & Singer, R. D. (1971). *Television and Aggression*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Freud, S., Strachey, J., & Freud, A. (2001). Complete Psychological Works of Sigmund Freud (Vol. 1). New York, NY: Random House.
- Gajraj, R., Doi, M., Mantzaridis, H., & Kenny, G. (1998). Analysis of the EEG Bispectrum, Auditory Evoked Potentials and the EEG Power Spectrum During Repeated Transitions from Consciousness to Unconsciousness. *British Journal of Anaesthesia*, 80(1), 46-52.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1(3-4), 175-194.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "Mainstreaming" of America: Violence Profile No. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., Morgan, M., & Jackson-Beeck, M. (1979). The Demonstration of Power: Violence Profile No. 10. *Journal of Communication*, 29(3), 177-196.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. *Culture, Media, Language*, 7(9), 128-138.
- Harris, R., & Taylor, T. J. (1997). *Landmarks in Linguistic Thought 1: The Western Tradition from Socrates to Saussure (Vol. 1)*. London, United Kingdom: Psychology Press.
- Hobbs, R. (1998). The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement. *Journal of Communication*, 48(1), 16-32.
- Hoechsmann, M., & Poyntz, S. R. (2012). *Media Literacies: a Critical Introduction*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Huston, A. C., & Wright, J. C. (1996). Television and Socialization of Young Children. *Social Science Perspectives on Television*, 7(5), 37-60.
- Huston, A. C., Zillmann, D., & Bryant, J. (1994). *Media Influence, Public Policy, and the Family, Media, Children, and the Family: Social scientific, Psychodynamic, and Clinical Perspectives*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Katz, D. (1960). The Functional Approach to the Study of Attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 163-204.
- Kelman, H. C. (1961). Processes of Opinion Change. *Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57-78.

- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical Media Literacy is Not an Option. *Learning Inquiry*, 1(1), 59-69.
- Koerner, E. K. (1985). *The Place of Saussure's Mémoire in the Development of Historical Linguistics*. Amsterdam, Netherlands: Author.
- Lasswell, H. D. (1939). The Contribution of Freud's Insight Interview to the Social Sciences. *American Journal of Sociology*, 45(3), 375-390.
- Lippmann, W. (1946). *Public Opinion*. Piscataway, NJ: Transaction.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mead, G. H., & Morris, C. W. (1972). *The Philosophy of the Act*. Chicago, IL: University of Chicago.
- Moran, K. C. (2004). *The Third Person Effects as an Obstacle to Media Literacy*. Washington, DC: International Communication Association.
- Mowrer, O. (1960). *Learning Theory and Behavior*. New York, NY: Wiley.
- Munn, N. L. (1971). *The Evolution of the Human Mind*. Boston, MA: Houghton Mifflin Harcourt.
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in Personality*. New York, NY: Oxford University.
- Naiyapat, O. (2005). *Quantitative and Qualitative Research Methodologies in Behavioral and Social Sciences*. Bangkok, Thailand: Sam Lada.
- Potter, W. J. (1998). *Media Literacy*. Los Angeles, CA: Sage.
- Potter, W. J. (2004a). *Cognitive Theory of Media Literacy*. Los Angeles, CA: Sage.
- Potter, W. J. (2004b). *The Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. Los Angeles, CA: Sage.
- Potter, W. J. (2014). *Media Literacy*. Los Angeles, CA: Sage.
- Pungente, J. (1989). *Media Literacy Key Concepts*. Toronto, Canada: Ontario Ministry of Education.
- Quin, R., & MaMahon, B. (1995). Evaluating Standards in Media Education. *Canadian Journal of Education Communication*, 22(1), 15-25.
- Robins, R. H. (2013). *A Short History of Linguistics*. New York, NY: Routledge.
- Rogers, C. R., & Freiberg, H. J. (1969). *Freedom to Learn*. Ohio, OH: Merrill.
- Rogers, D. (1978). *The Psychology of Adolescence*. New York, NY: Appleton Centur-Crofts.

- Rubin, R., Rubin, A., & Haridakis, P. (2009). *Communication Research: Strategies and Sources*. Manchester, NH: Southern New Hampshire University.
- Rushton, J. P. (1979). Effects of Prosocial Television and Film Material on the Behavior of Viewers. *Advances in Experimental Social Psychology*, 12(1), 321-351.
- Schramm, W., Lyle, J., & Parker, E. B. (1961). *Television in the Lives of Our Children*. Stanford, CA: Stanford University.
- Searle, J. R. (1995). *The Construction of Social Reality*. New York, NY: Simon and Schuster.
- Severin, W., & Tankard, J. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in Mass Communication*. New York, NY: Addison-Wesley.
- Short, T. L. (2007). *Peirce's Theory of Signs*. Cambridge, MA: Cambridge University.
- Signorielli, N., & Morgan, M. (1990). *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effect Research*. London, United Kingdom: Sage.
- Silverblatt, A. (1995). *Media Literacy: Key to Interpreting Media Messages*. London, United Kingdom: Praeger.
- Singer, D. G., & Singer, J. L. (2001). *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Skinner, B. F. (1965). *Science and Human Behavior*. New York, NY: Simon and Schuster.
- Stein, A. H., & Friedrich, L. K. (1972). Television Content and Young Children's Behavior. *Television and Social Behavior*, 2(1), 202-317.
- Steuer, F. B., Applefield, J. M., & Smith, R. (1971). Televised Aggression and the Interpersonal Aggression of Preschool Children. *Journal of Experimental Child Psychology*, 11(3), 442-447.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2004). Media Literacy a National Priority for a Changing World. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 18-29.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2008). *Literacy for the 21st Century: An Overview and Orientation Guide to Media Literacy Education*. Malibu, CA: Center for Media Literacy.
- Thomas, M. H., Horton, R. W., Lippincott, E. C., & Drabman, R. S. (1977). Desensitization to Portrayals of Real-Life Aggression as a Function of Television Violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(6), 450.
- Triandis, H. C. (1971). *Attitude and Attitude Change* (Vol. 8). New York, NY: Wiley.

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

#### กลุ่มนักบวชชายชาวอโศก

- 1) สมณะโพธิรักษ์ เป็นผู้นำหมู่กลุ่มชาวอโศก มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทางธรรมอย่างละเอียด มีประสบการณ์ด้านสื่อ เชี่ยวชาญด้านวรรณศิลป์ การประพันธ์ ฯลฯ และเป็นผู้พัฒนานวัตกรรมทางศาสนา “วิปัสสนาจอแก้ว” ที่นำมาใช้ในการฝึกปฏิบัติธรรมแก่หมู่กลุ่มชาวอโศก
- 2) สมณะลานศิลป์ เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทางธรรม ทั้งนี้ยังมีความรู้ทางด้านการโฆษณา

#### กลุ่มนักบวชหญิงชาวอโศก

- 1) สิกขมาตุสัจฉิกตา เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทางธรรม ทั้งนี้ยังมีความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์
- 2) สิกขมาตุเทียนคำเพชร เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทางธรรม ทั้งนี้ยังมีความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์

#### กลุ่มฆราวาสชาวอโศก

- 1) คุณดินนา โคตรบุญอารยะเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับสื่อ ช่องบุญนิยมที่วีของพุทธสถานอโศก
- 2) คุณสุ่ดิน ชาวหินฟ้า เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในสาขาวิชาการ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก และมีผลงานทางวรรณกรรม
- 3) คุณแรงเกื้อ ชาวหินฟ้า เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในสาขาวิชาการอดีตผู้แทนครู คณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (กปช.) อดีตผู้จัดการโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก และมีผลงานทางวรรณกรรม

4) คุณวาสนา ปัญญาบุญนิยม เป็นผู้มีส่วนประกอบการทำงานในสายวิชาการ อาจารย์พิเศษระดับอุดมศึกษา สาขาปฐมวัยและรัฐประศาสนศาสตร์ นอกจากนี้ยังเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ในการตรวจประเมินวิทยฐานะของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา

5) คุณวัชรารักษ์ มาร์คูซ์ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบอาชีพทางด้านสายการศึกษามีประสบการณ์ในการเป็นวิทยากร อาสาสมัครฯ พิธีกรงาน สำคัญต่างๆ ของพุทธสถานอโศก นอกจากนี้ยังเป็นผู้ผ่านเข้ารอบ 12 คนสุดท้ายจากการประกวด Miss Lady Thailand เคยเข้าร่วมกิจกรรมวิปัสสนาจอแก้ว

6) คุณรัตนพงษ์ วันละ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบอาชีพทางด้านสื่อสารมวลชน มีประสบการณ์ทางด้านการกำกับการแสดง ภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ เขียนบทละคร เคยเข้าร่วมกิจกรรมวิปัสสนาจอแก้ว

7) คุณคทาวุฒิ ยุพราช ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบอาชีพทางด้านสื่อสารมวลชนมีประสบการณ์ทางการทำข่าว รายการโทรทัศน์ ช่อง 13 สยามไทย

8) คุณนิติศักดิ์ เจริญสอน ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีประสบการณ์ทางด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์, การตลาด, พิธีกรงาน สำคัญต่างๆ ของพุทธสถานอโศก เคยเข้าร่วมกิจกรรมวิปัสสนาจอแก้ว

9) คุณภัสสร วุฒิยะพงษ์ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีประสบการณ์ทางด้านการโฆษณา เคยเข้าร่วมกิจกรรมวิปัสสนาจอแก้ว

10) คุณนริศร์ วิลามาศ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาศรีษะอโศก ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีประสบการณ์ด้านการถ่ายภาพและวิทยาการคอมพิวเตอร์ เคยเข้าร่วมกิจกรรม วิปัสสนาจอแก้ว

11) คุณเต็มชัย แด่สุวรรณ ศิษย์เก่าโรงเรียนสัมมาสิกขาปฐมอโศก ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีประสบการณ์ด้านการถ่ายภาพและวิศวกรรมโยธา เคยเข้าร่วมกิจกรรม วิปัสสนาจอแก้ว

## ภาคผนวก ข

### แบบสัมภาษณ์

|                  |                                                                                                                                                                                                |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เรื่อง           | การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก                                                                                                                                                |
| ผู้วิจัย         | ภพพรหมินทร์ วโรตม์พัฒนานนท์                                                                                                                                                                    |
| คณะ              | นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์                                                                                                                                   |
| หลักสูตร         | ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการสื่อสารดิจิทัล<br>(นวัตกรรมการจัดการสื่อสารดิจิทัล)                                                                                  |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ                                                                                                                                                          |
| ปีการศึกษา       | 2559                                                                                                                                                                                           |
| วัตถุประสงค์     | 1) เพื่อศึกษาหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก<br>2) เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก<br>3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก |

#### คำชี้แจง

เรียน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก” หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการจัดการสื่อสารดิจิทัล) คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้วิจัยไคร่ขอความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์หาผลสรุปของการศึกษาวิจัยต่อไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยขออนุญาตทำการบันทึกเสียงการสนทนาและสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยข้อมูลของท่านจะถูกนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

ขอแสดงความนับถือ

ภพพรหมินทร์ วโรตม์พัฒนานนท์

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างรูปแบบการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก” โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

**ตอนที่ 1 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับหลักการของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก**

- 1.1) การรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกแบ่งออกเป็นกี่มิติ? (โปรดอธิบายในแต่ละมิติ)
- 1.2) การรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกหมายถึงอะไร?
- 1.3) เป้าหมายของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกคืออะไร?
- 1.4) ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกคืออะไร?
- 1.5) คุณลักษณะของสื่อตามวิถีอโศกคืออะไร

**ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก**

- 2.1) ระดับขั้นของการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกแบ่งออกเป็นกี่ขั้น?
- 2.2) ขั้นตอนการเรียนรู้หรือแนวทางปฏิบัติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกเป็นอย่างไร?
- 2.3) องค์ความรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกเป็นอย่างไร?
- 2.4) ทักษะเพื่อการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศกเป็นอย่างไร?
- 2.5) การวิเคราะห์สื่อตามวิถีอโศกแบ่งออกเป็นกี่มิติ?

**ตอนที่ 3 ประเด็นคำถามเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก**

- 3.1) ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อตามวิถีอโศก และส่งผลอย่างไร?

ตอนที่ 4 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

- 1.1) ชื่อและนามสกุล.....
- 1.2) เพศ.....
- 1.3) อายุ.....ปี
- 1.4) สมารถานคิด.....
- 1.5) ระยะเวลาการปฏิบัติธรรมตามวิถีอโศก.....ปี
- 1.6) ระดับการศึกษาสูงสุด.....

\*\*\*\*

\*\*\*สิ้นสุดการสัมภาษณ์ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง\*\*\*

\*\*\*\*\*

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล

นายภพพรหมินทร์ วโรตม์วัฒนานนท์

ประวัติการศึกษา

เทคโนโลยีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

วิทยาเขตจรัลพงษานุรักษ์

ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2555