



การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
Media Literacy in Social Media
พัชรภา เอื้ออมรวนิช*
Patcharapa Euamornvanich

บทคัดย่อ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ก้าวเข้ามามีบทบาทต่อการเปิดรับข่าวสารของคนในสังคมในปัจจุบัน ส่งผลให้สื่อมวลชนที่เป็นสื่อหลักต้องมีการปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวสารเพื่อแข่งขันกับสื่อสังคมออนไลน์ แต่ทั้งนี้ ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอในสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีทั้งข่าวที่เป็น ข่าวจริง ข่าวหลอก และข่าวลือ ส่งผลให้ผู้รับสาร ต้องมีการรู้เท่าทันสื่อในยุคสังคมออนไลน์ โดยทักษะของการรู้เท่าทันสื่อ นั้น ประกอบไปด้วย ทักษะการเข้าถึง ทักษะการวิเคราะห์ ทักษะการประเมิน ทักษะการสร้างเรื่องราว ทักษะการไตร่ตรอง ทักษะการแสดงออก และ ทักษะการมีส่วนร่วม ซึ่งการสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ให้กับคนในสังคมนั้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม ตั้งแต่สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สื่อมวลชน รวมถึงตัวผู้รับสารเอง เพื่อให้คนในสังคมสามารถเปิดรับข่าวสาร และเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันได้

คำสำคัญ : สื่อสังคมออนไลน์ / การรู้เท่าทันสื่อ

ABSTRACT

Present, Social media take an important role of media exposure which effected to the media. Press should be competitive with social media. Eventhough some of information in social media is incorrect. Media Literacy is a very important tool in social media era. A person in Media Literacy should have these skills : Access, Analyse, Evaluation, Content Creation, Conduct, Act and Participate. Media Literacy for people requires collaboration from all sectors of society ; Family, School or University, Government sector, media and audiences. So that people can be exposed to news and have a Media Literacy skills.

Keywords : Social Media / Media Literacy

*อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันเป็นโลกในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามาแทรกซึมอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมจนแทบจะแยกจากกันไม่ออก อิทธิพลความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เครื่องมือสื่อสาร และสารสนเทศออนไลน์ต่างมีบทบาทสำคัญในด้านต่างๆ อย่างมากต่อกระแสสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิต และการทำงาน (Dechaset Siri, P., 2016, p.115) ผู้คนในสังคมสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว จนอาจกล่าวได้ว่า โลกปัจจุบันเป็นโลกยุคหลอมรวมสื่อที่ข้อมูลข่าวสารสามารถส่งถึงกันผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้อย่างไร้พรมแดน ส่งผลให้สื่อต่างๆ จำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อแข่งขันกันในเรื่องความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสาร เพื่อตอบสนององพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปของคนในสังคม กอปรกับการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ได้เข้ามามีบทบาทต่อการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน รวมถึงเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของผู้คนในยุคปัจจุบันให้เป็นยุคของผู้รับสาร (User Generated Content : UGC) ที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์และเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยผู้รับสารทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับข้อมูลข่าวสาร สามารถผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งยังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อได้ด้วยความเร็วตามความต้องการของตนเอง

หากจะเปรียบเทียบว่าสื่อมวลชน คือ ฐานันดรที่ 4 ของสังคมแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ก็เปรียบได้ตั้งฐานันดรที่ 5 โดยสื่อสังคมออนไลน์เป็นการเกิดขึ้นของเสียงที่มีอำนาจและเป็นเครือข่ายที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้ (Dutton, 2007, cited in Newman, 2009, p.5) จะเห็นได้ว่า วิถีชีวิตของคนในสังคมผูกติดกับสื่อสังคมออนไลน์แทบจะตลอดเวลา ในอดีตผู้รับสารที่รับข่าวสารจากสื่อหลักปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยสื่อสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือที่อยู่บนเครือข่ายของระบบอินเทอร์เน็ตที่ช่วยให้มนุษย์สามารถเข้าถึง แลกเปลี่ยน ส่งต่อเนื้อหา และมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ผู้ส่งสารแบ่งปันสารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ทั้งในเรื่องส่วนบุคคล ภาครัฐกิจ หรือภาคส่วนต่างๆ โดยมีลักษณะการทำงาน 2 ทาง คือ การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ และความสามารถในการสร้างสรรค์ เพิ่มเติมเนื้อหาต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ ออกเป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) ซึ่งสาเหตุที่สื่อสังคมออนไลน์ ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อยๆ มาจากการใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นไปมา และสื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะที่หลากหลาย (Williamson, 2013, p.9; Vichitrboonyaruk, P., 2011, p.99) ซึ่ง Google ได้เผยสถิติข้อมูลคนไทยกับการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า คนไทยโดยส่วนใหญ่หันไปใช้โทรศัพท์มือถือในการรับข่าวสารมากกว่าการดูโทรทัศน์หรืออ่านจากหนังสือพิมพ์ และโดยส่วนใหญ่เลือกรับข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดียเป็นหลัก แทนที่การรับข่าวสารจากสำนักข่าวเหมือนในอดีต เนื่องจากข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์สามารถรับข่าวสารได้เร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะข่าวด่วน อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นข่าวว่าไรดีที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะข่าวบันเทิง อาทิ เรื่องดารา เพลง และภาพยนตร์ ซึ่งผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็น และแบ่งปันได้ง่าย นั้นทำให้ผู้รับข่าวรู้สึกว่าการเข้าถึงมีปฏิสัมพันธ์กับข่าวสารเหล่านั้น (Satitworapong, W., 2017)

จากการที่ผู้รับสารในปัจจุบันสามารถเข้าถึงและเลือกสนใจเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดหน้าเพจต่างๆ มากมายในสื่อสังคมออนไลน์ สื่อหลักต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อพัฒนาการของเทคโนโลยี และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไป จะเห็นได้ว่า สื่อหลักมีการเปิดเพจสำนักข่าวของตนเองไว้เป็นช่องทางอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยรายงานข่าวสารไปยังผู้รับสารได้ทันทั่วทั้งภายใต้อาณัติการ

แข่งขันกันของวงการสื่อมวลชน นอกจากนี้ยังมีเพจของผู้สื่อข่าว รวมถึงเพจของผู้คนทั่วไปที่ผู้รับสารไม่ทราบตัวตนที่แท้จริงของเจ้าของเพจ แต่กลับสามารถนำเสนอข่าวสารได้ดีไม่แพ้สื่อมวลชน หรือแม้กระทั่งผู้รับสารเองก็สามารถสร้างเนื้อหา อัปเดตข้อมูลต่างๆ มีการกดไลค์ กดแชร์ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง ส่งผลให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นโลกแห่งข่าวสารมีข่าวสารจำนวนมากมายนานาสาทำให้ผู้รับสารเลือกเปิดรับได้ตามความสนใจของตนเอง

ข้อมูลข่าวสารที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีมากมาย ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้รับสารสังคมออนไลน์เป็นหลัก มีการเผยแพร่ข่าว รวมถึงคลิปเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมจำนวนมากให้ผู้รับสารสามารถเลือกเปิดรับได้ตามความพึงพอใจ คลิปหลายคลิปที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยส่วนใหญ่เป็นคลิปที่ถูกบันทึกมาจากผู้รับสารสังคมออนไลน์และมีการแบ่งปันลงในสื่อของตนเองจนเกิดการแชร์กันมากมาย อาทิ คลิปเหตุการณ์เจ้าหน้าที่ของสายการบินที่ของสายการบินชื่อดังแห่งหนึ่ง ลากผู้โดยสารชาวเอเชียลงจากเครื่องด้วยความรุนแรงสาเหตุจากสายการบินจำหน่ายตั๋วเกินจนต้องบังคับให้ผู้โดยสารลงจากเครื่อง คลิปดังกล่าวแพร่กระจายออกไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของสายการบิน หรือคลิปกรณีนักแสดงหนุ่มอนาคตไกล ที่ถูกถ่ายคลิปเหตุการณ์ทำร้ายร่างกายคนขับรถมอเตอร์ไซด์ที่เผลอของตนเองและบังคับให้กราบรถ ได้ถูกแชร์ต่อกันมากมายในสื่อสังคมออนไลน์จนเกิดการวิพากษ์วิจารณ์ถึงการกระทำที่ไม่เหมาะสมของนักแสดงคนดังกล่าว จนถูกสั่งพักงานจากต้นสังกัด และยังส่งผลต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของนักแสดงคนดังกล่าว หรือคลิปเหตุการณ์ที่นายแพทย์คนหนึ่งในชุดข้าราชการสีขาวกำลังป้อนหัวใจเพื่อช่วยชีวิตชายที่ประสบอุบัติเหตุนอนแน่นิ่งบนท้องถนน ที่มีการแชร์ต่อกันไป และมีผู้คนมาแสดงความชื่นชมนายแพทย์คนดังกล่าว ซึ่งคลิปที่ถูกนำเสนอในสื่อสังคมออนไลน์บางคลิปก็เป็นสิ่งที่นำเสนอภาพดี ๆ ให้แก่สังคม บางคลิปสามารถทำให้เห็นเหตุการณ์ต่างๆ ได้อย่างชัดเจน และในบางคลิปก็สามารถสร้างความกระจำในเหตุการณ์บางอย่างที่เกิดขึ้นในสังคมได้

แต่ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ก็ใช่ว่าจะเป็นข่าวสารที่มีความถูกต้องครบถ้วนในทุกข่าวเสมอไป มีการสร้างข่าวหลอก ข่าวลือขึ้น และถูกหยิบยกขึ้นมาเสนออย่างมากมายในสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ขาดกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และไม่จำเป็นต้องมีผู้รับผิดชอบต่อข่าวสารที่นำเสนอ มีการสร้างเพจปลอมของสำนักข่าวชื่อดัง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับข่าวลวงที่มีผู้ไม่หวังดีสร้างข่าวขึ้น มีการปล่อยข่าวปลอมที่สร้างขึ้นเพื่อให้คนกดเข้าไปอ่าน หรือมีการทำคลิกเบต (Clickbait) ที่พาดหัวเพื่อดึงดูดความสนใจ ทำให้ผู้รับสารอยากอ่านรายละเอียดของข่าวนั้นๆ และเมื่อกดเข้าไปกลับเจอเรื่องที่เป็นเพียงแค่ข่าวลือที่ไม่มีเนื้อหาใดๆ สอดคล้องกับพาดหัวที่นำเสนอไว้ หรืออาจเป็นเพียงคลิปวิดีโอทั่วไปที่ไม่ได้มีความน่าสนใจใดๆ ซึ่งแท้จริงแล้วการทำคลิกเบตเพียงต้องการแฝงโฆษณามากมายเท่านั้น



ภาพที่ 1 ตัวอย่างข่าวเพจปลอมในเฟซบุ๊ก

ที่มา : <https://fr-fr.facebook.com/kapookdotcom/posts/979941832042659>



ภาพที่ 2 ตัวอย่างคลิกเบตที่พาดหัวข่าวเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร

ที่มา : <https://thematter.co/pulse/thai-literary-clickbaits/21269>

ผลกระทบจากการสร้างเพจปลอม และการทำคลิกเบต เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารจากเพจสามารถพบเห็นได้อย่างมากมายในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแน่นอนว่าหากผู้รับสารขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อแล้ว ผู้รับสารมีโอกาสได้รับผลกระทบจากการตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารที่ขาดความถูกต้องโดยไม่รู้ตัว ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการแชร์ข่าวที่ไม่เป็นจริง หรือการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ของผู้รับสารในสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย และอาจถูกฟ้องร้องจากผู้เสียหายได้ ดังนั้นผู้รับสารในโลกที่มีข่าวสารให้เลือก

เปิดรับกันอย่างมากมายมหาศาล การที่จะเลือกรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้รับสารทุกเพศ ทุกวัย ควรมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อเป็นสำคัญ

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ถือเป็นเกราะป้องกันที่สำคัญของผู้รับสารในการเลือกเข้าถึง รวมถึงการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์อย่างชาญฉลาด และไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวลือ ข่าวหลอก ในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์มีความแตกต่างจากข่าวสารในสื่อหลักอย่างหนังสือพิมพ์ หรือวิทยุ โทรทัศน์ โดยข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นได้จากบุคคลที่มีสื่อสังคมออนไลน์ในมือและนำเสนอตามความสนใจ ทศนคติของตนเอง โดยข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์บางข่าวขาดกระบวนการกรั่นกรอง ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารจากนายทวารข่าวสาร จึงทำให้บ่อยครั้งที่ผู้รับสารสามารถพบเจอข่าวสารมากมายในสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้เป็นข่าวที่มีความถูกต้องของข้อมูลเสมอไป (Potter, W.J., 2010; Ruampum, K., 2015, p.86) ได้เขียนในบทนำของหนังสือ Media Literacy โดยสรุปสาระสำคัญได้ว่า ปัจจุบันนี้เราอาศัยอยู่ในสองโลก คือ โลกแห่งความเป็นจริงและโลกของสื่อ บ่อยครั้งที่เส้นแบ่งระหว่างสองโลกไม่ชัดเจน โดยที่โลกของสื่อรุกเข้ามาในชีวิตประจำวันในโลกของความเป็นจริง โลกของสื่อเติบโตอย่างมาก มีจำนวนมากขึ้น และหลากหลายขึ้น บุคคลจึงต้องตระหนักว่าจะควบคุมสื่อให้เข้ามาในชีวิตประจำวันของเรามากน้อยขนาดไหน การควบคุมที่วันนี้เองหมายถึง การรู้เท่าทันสื่อ ที่เราเป็นผู้กำหนดเขตแดนระหว่างเรากับสื่อ รู้จักและเข้าใจสื่อ เลือกใช้สื่อได้ตามต้องการ ไม่มีชีวิตในแบบที่สื่อต้องการ โดยนักวิชาการได้ให้คำนิยาม การรู้เท่าทันสื่อไว้ดังนี้

Yimprasert, U, Paladkong, N. & Siriumpankul, A. (2016, p.186) ได้นิยามความหมายของ การรู้เท่าทันสื่อ คือ การที่บุคคลมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Access) ที่ตนต้องการมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ (Analysis) วิพากษ์ (Critical) มีความสามารถในการทำความเข้าใจความเนื้อหาสาระ (Understand) ประเมินสาร (Evaluate) และสามารถสร้างสรรค์/ผลิต (Create/produce) สารในรูปแบบต่างๆ ภายใต้บริบทที่หลากหลาย

Yenjabok, P. (2015, p.3) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ ไว้ว่า การอ่านสื่อให้ออกเพื่อพัฒนาทักษะในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่าและเข้าใจผลกระทบของสื่อ และสามารถใช้อสื่อให้เกิดประโยชน์ได้

Potter (2014, p.20) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นมุมมองของบุคคลที่สร้างขึ้นจากองค์ประกอบ 3 ส่วน ซึ่งประกอบไปด้วย ความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ โดยบุคคลที่มีความรู้เท่าทันสื่อจะเลือกใช้ความรู้ของตนเองในการแปลสาร

Ofcom (2004 cited in O'Neill & Barnes, 2008, pp. 17) ที่ได้กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะในการเข้าถึง ความเข้าใจ และการสร้างการสื่อสารในบริบทที่มีความหลากหลายได้อย่างเหมาะสม

Christ & Potter (1998, quoted in Tansuwannond, C. 2016, pp.91-92) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า หมายถึง ความสามารถที่จะเข้าถึงสาร วิเคราะห์สาร ประเมินสารและสื่อความเนื้อหาสาระในรูปแบบต่างๆ ผู้ที่รู้เท่าทันสื่อจะสามารถถอดรหัส ประเมินวิเคราะห์และผลิตสื่อทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

Rusmeeviengchai, A. (2013, p.10) ได้ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า ความสามารถหรือทักษะของผู้รับสื่อในการตีความหมายของสารที่ส่งจากสื่อสารมวลชนด้วยการคิดใคร่ครวญ พิเคราะห์ถึงกระบวนการของสื่อสารมวลชนอย่างมีหลักการ เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของสื่อมวลชนโดยไม่รู้ตัว

จากการประมวลความหมายของการรู้เท่าทันสื่อจากนักวิชาการทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติสามารถสรุปความหมายของ การรู้เท่าทันสื่อได้ว่า ความสามารถของผู้รับสารในการเข้าถึงสื่อ การเลือกเปิดรับ มีทักษะในการวิเคราะห์ วิพากษ์ แยกแยะ และแปลความหมายของข่าวสารที่ถูกส่งต่อมาจากสื่ออย่างมีหลักการ เข้าใจถึงผลกระทบของสื่อ ไม่เอนเอียงไปตามข่าวสารที่นำเสนอ และสามารถนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

การรู้เท่าทันสื่อนั้น ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งสำหรับผู้รับสารที่ต้องป้องกันตนเองจากการเปิดรับข่าวสารที่ไม่เป็นจริง โดยการรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาได้จากการเรียนรู้ และมีความจำเป็นต้องถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบในเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อรวมทั้งเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Potter, 2010, p. 681) หากจะแยกระดับของการรู้เท่าทันสื่อสามารถแบ่งออกได้เป็น ระดับรู้เท่าทันและระดับไม่รู้เท่าทัน โดยในระดับรู้เท่าทัน สามารถแบ่งได้ 3 ระดับย่อย คือ ระดับพื้นฐาน ระดับปานกลาง และระดับสูง โดยวัดจากความคิดของบุคคล ทักษะเกี่ยวกับสื่อที่สัมพันธ์กับนิยามการรู้เท่าทันสื่อ และองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ โดยกลุ่มคนในระดับไม่รู้เท่าทันจะมีความสามารถในการใช้สื่อแต่ไม่ตระหนักถึงการใช้อย่างเหมาะสมและผลกระทบจากการใช้สื่อต่อตนเอง ในขณะที่กลุ่มคนในระดับรู้เท่าทันก็จะเป็นคนที่จะไม่เชื่อทุกสิ่งที่สื่อนำเสนอ รับสื่ออย่างแข็งขัน ทำความเข้าใจสารจากสื่อในบริบทของตนเองและสังคมโดยอัตโนมัติ เปิดรับสื่อด้วยกระบวนการรับสาร 5 ขั้นตอน คือ เลือกสรร ใช้ประโยชน์ ตั้งใจ มีส่วนร่วม และการไม่ยอมรับอิทธิพลจากสื่อ (Chaochai, K., 2013, quoted in Jerasophon, P., 2016, p.13) แต่ทั้งนี้ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ การศึกษา ทัศนคติ สถานภาพทางเศรษฐกิจ รวมถึงสังคมแวดล้อม และสภาพของครอบครัวที่ตนเองอาศัยอยู่ โดยทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ได้สังเคราะห์จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้เป็นด้านต่างๆ ดังนี้ (Eristi & Erdem, 2017, pp.252-254; Hobbs, 2010, p.19; O'Neill & Barnes, 2008, pp.23-14; Livingstone, 2004, p.3-6; Center for Media Literacy, 2008, quoted in Makesrithongkum, B., 2011, p.119)

1. ทักษะการเข้าถึง (Access) โดยผู้รับสารต้องมีการค้นหา เลือกใช้สื่อ และเครื่องมือทางเทคโนโลยี รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมไปยังผู้อื่นได้
2. ทักษะการวิเคราะห์ (Analysis) มีทักษะในการคิดวิเคราะห์ข้อมูล แยกแยะข่าวสารที่มีคุณภาพ มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีประเด็นที่น่าสนใจ และตีความเนื้อหาในข่าวสารนั้นๆ ได้
3. ทักษะการประเมิน (Evaluation) ผู้รับสารควรมีทักษะในการประเมินข้อมูลข่าวสาร คุณค่า และความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งยังสามารถหลีกเลี่ยงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ขาดความน่าเชื่อถือ
4. ทักษะการสร้างเรื่องราว (Content Creation) สามารถสร้างเรื่องราวได้อย่างสร้างสรรค์ และมีความมั่นใจในความคิดของตนเอง ตระหนักถึงวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเรื่องราว ผู้รับสาร และเทคนิคการสร้างเรื่องราว
5. ทักษะการไตร่ตรอง (Conduct) ผู้รับสารมีสติในการใช้สื่อของตนเอง รวมถึงมีการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรมพื้นฐานในการนำเสนอข่าวสาร มีการจัดการการสื่อสารที่เหมาะสมด้วยประสบการณ์และตัวตนของตนเอง โดยไตร่ตรองถึงผลกระทบจากการใช้สื่อ
6. ทักษะในการแสดงออก (Act) มีการแบ่งปันความรู้ และสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ในการใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม
7. ทักษะการสื่อสาร (Communicate) เป็นทักษะที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้รับสารต้องทำการสร้างและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารของตน โดยผู้รับสารจะต้องมีทักษะในการเลือกสรรเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการนำเสนออย่างเป็นระบบ และเลือกนำเสนออย่างเหมาะสม

8. ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate) ทักษะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมหรือปฏิสัมพันธ์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกับผู้อื่น

จะเห็นได้ว่า ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อมีหลายองค์ประกอบ แต่ทั้งนี้ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อของคนในสังคมก็ยังสามารถพบเห็นได้อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งปัญหาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์นั้น ส่วนใหญ่เกิดจากการเชื่อเพื่อน ครอบครัว และบุคคลที่คิดว่าน่าเชื่อถือ ก่อให้เกิดพฤติกรรมการแชร์ บอกรับ และเชื่อในข้อมูลทันทีโดยขาดการตรวจสอบ ซึ่งส่งผลนำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นเท็จ หรือเข้าสู่กระบวนการเป็นส่วนหนึ่งของผู้เผยแพร่ข่าวลือโดยไม่รู้ตัว (Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission and Faculty of Communication Arts Panyapiwat Institute of Management, 2016, p.18) ดังนั้นคนในสังคมควรมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์นั้น เป็นข้อมูลข่าวสารที่ถูกนำเสนออย่างอิสระโดยใครก็ได้ที่มีสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในมือ และอยากนำเสนอเรื่องอะไรก็ได้ตามความสนใจของตนเอง รวมถึงผู้รับสารเองก็สามารถเลือกรับข่าวสารที่ปรากฏอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเสรี จนในบางครั้งทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารเองก็ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์อยู่บ่อยครั้ง โดยผู้รับสารบนสื่อสังคมออนไลน์ทุกคนสามารถสร้างผลกระทบทั้งทางด้านบวก และด้านลบต่อสังคมจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้ สะท้อนเห็นได้อย่างชัดเจนจากการกดไลค์ กดติดตาม หรือการแชร์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์อย่างขาดการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งในบางครั้งส่งผลกระทบอย่างมากต่อบุคคลในข่าว หรือในคลิปที่มีการส่งต่อกันไปอย่างแพร่หลาย การสร้างเพจปลอม และการทำคลิกเบต เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านเลือกเปิดรับข่าวสารจากเพจสามารถพบเห็นได้อย่างมากมายในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นผู้รับสารในโลกที่มีข่าวสารให้เลือกเปิดรับกันอย่างมากมายมหาศาล การที่จะเลือกรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้รับสารทุกเพศ ทุกวัย ควรมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อเป็นสำคัญ

การเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ภายใต้ยุคเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ส่งผลให้ผู้รับสารต้องมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เป็นการทำความเข้าใจต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ไม่ว่าจะมีความรู้เป็นผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารก็ควรมีการคิด วิเคราะห์ แยะแยะให้เห็นชัดเจนถึงประโยชน์ โทษ และวัตถุประสงค์หลักของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์นั้นคงไม่สามารถประสบความสำเร็จได้หากขาดความร่วมมืออย่างจริงจังของหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มจากสถาบันครอบครัว ที่ควรมีการปลูกฝัง และสอนให้เด็กและเยาวชนรู้ถึงประโยชน์และโทษของสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งควรมีการสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อของคนที่ครอบครัวเพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อของสื่อสังคมออนไลน์ สถานการณ์การศึกษา ไม่ว่าจะเป็นในระดับโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยควรมีการสอดแทรกถึงคุณค่าและโทษของสื่อสังคมออนไลน์ในรายวิชาต่างๆ โดยอาจยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่ชัดเจน หรือจัดกิจกรรมสอดแทรกลงไปในการเรียนการสอน เพื่อให้เยาวชนในสังคมที่กำลังจะก้าวเข้ามาเป็นอนาคตของชาติได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่ออย่างมีสติ มีความรับผิดชอบ และรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้ นอกจากนี้หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงศึกษาธิการที่ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาเพื่อสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้แก่เด็กและเยาวชน กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมที่ควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการควบคุม หรือกำกับดูแลข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งการให้ความรู้กับประชาชนผ่านช่องทาง และมีการสื่อสารที่ง่ายต่อการเข้าถึงของประชาชน เป็นต้น รวมถึงวงการสื่อมวลชนที่ควรให้ความรู้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อแก่คนในสังคมผ่านช่องทางที่ตนเองมีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการสอดแทรกเนื้อหาให้เข้าใจง่ายอยู่ในละคร รวมถึงรายการต่างๆ เพื่อให้ผู้คนในสังคมหันมาตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ และที่สำคัญตัวผู้รับสารเองควรมีการไตร่ตรอง คิด วิเคราะห์ แยะแยะถึง

เนื้อหาข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ เลือกเปิดรับสื่อที่มีความหลากหลายรอบด้านอย่างมีสติ หากทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือและเริ่มต้นทำอย่างจริงจัง เชื่อได้ว่าจะช่วยให้คนในสังคมมีการใช้สื่ออย่างมีสติมากขึ้น มีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้มากขึ้น และช่วยให้คนในสังคมสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อทั้งตนเองและสังคม

สรุป

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับคนในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้คนในสังคมสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเสรี โดยยุคปัจจุบันถือได้ว่าเป็นยุคของผู้รับสาร (User Generated Content : UGC) ที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์และเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยผู้รับสารทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับข้อมูลข่าวสาร สามารถผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งยังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อได้ด้วยความสะดวกรวดเร็วตามความต้องการของตนเอง แต่จะเห็นได้ว่าข่าวสารที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น บางข่าวขาดการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ส่งผลให้ทั้งข่าวจริง ข่าวหลอก และข่าวลือแพร่กระจายอยู่เต็มพื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นผู้รับสารจำเป็นต้องมีการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อใช้สื่อไปในทางที่เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม โดยทักษะการรู้เท่าทันสื่อนั้นมีองค์ประกอบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทักษะการเข้าถึง (Access) ทักษะการวิเคราะห์ (Analysis) ทักษะการประเมิน (Evaluation) ทักษะการสร้างเรื่องราว (Content Creation) ทักษะการไตร่ตรอง (Conduct) ทักษะในการแสดงออก (Act) ทักษะการสื่อสาร (Communicate) และทักษะการมีส่วนร่วม (Participate) ซึ่งทักษะการรู้เท่าทันสื่อในด้านต่างๆ เหล่านี้ผู้รับสารมีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อนั้นมีความหลากหลาย รวมทั้งมีการพัฒนาของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้รับสารต้องมีการคิด วิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างละเอียดรอบคอบ และไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวลวง และข่าวลือ จนอาจส่งผลกระทบต่อตัวผู้รับสารเอง โดยการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้คนในสังคมจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน สื่อมวลชน รวมถึงตัวผู้รับสารเอง ที่ทุกฝ่ายควรมีวิจรรย์ญาณในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งการเปิดรับ การสร้าง และการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการรู้เท่าทันสื่อ และไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ได้

References

- Dechaset Siri, P. (2016). Learning Achievement through Electronic Online Lessons on the Subject of Leadership and Contemporary Management. **The Golden Teak : Humanity and Social Science Journal**, 22(4), 114-123.
- Eristi, B. & Erdem, C. (2017). Development of a Media Literacy Skills Scale. **Contemporary Educational Technology**, 8(3), 249-267.
- Hobbs, R. (2010). **Digital and Media Literacy : A Plan of Action**. Communications and Society Program, The Aspen Institute.
- Jerasophon, P. (2016). **Communication Literacy in Digital Age and Its Role in Guiding the Direction of Communication Reform in Thai society**. Research Paper, Dhurakij Pundit University.

- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. **The Communication Review**, 1(7), 3-14.
- Makesrithongkum, B. (2011). Media Literacy: Keeping Pace with Information Age. **Executive Journal**, 31(3), 117-123.
- Newman, N. (2009). **The rise of social media and its impact on mainstream journalism : A study of how newspapers and broadcasters in the UK and US are responding to a wave of participatory social media, and a historic shift in control towards individual consumers**. Working Paper. Reuters Institute for the study of Journalism.
- Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission and Faculty of Communication Arts Panyapiwat Institute of Management. (2016). **User-Generated Content Guideline in Broadcast News Reporting**. Project of Using Information from Online Media in Media Convergence Era.
- O'Neill, B. & Barnes, C. (2008). **Media Literacy and the Public Sphere : A Contextual Study for Public Media Literacy Promotion in Ireland**. Center for Social and Education Research, Dublin Institute of Technology.
- Potter, W. J. (2010). The State of Media Literacy. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 54(4), 675-696.
- _____. (2014). **Media Literacy**. (7 th ed.). London : Sage.
- Ruampum, K. (2015). The Role of Thai Higher Education Institutions to Create Media Literacy in Thai Society. **Dhurakij Pundit Communication Arts Journal**, 9(1), 79-99.
- Rusmeeviengchai, A. (2013). **Advertising Media Literacy of secondary students in Chumchon Prachathipat Wittayakhan School**. Research Project, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.
- Satitworapong, W. (2017). Change in **Matichon Weekly April, 7-13, 2017**. [Online]. Available : https://www.matichonweekly.com/column/article_31336. [2017, July 23].
- Tansuwannond, C. (2016). Enhancing Media Literacy is to Sustainably Develop the Quality of Media and Media Consumers in Thai Society. **The Journal Of Faculty Of Applied Arts**, 9(2), 89-97.
- Vichittrboonyaruk, P. (2011). Social Media : Future Media. **Executive Journal**, 31(4), 99-103.
- Williamson, A. (2013). **Social Media Guidelines for Parliaments**. [Online]. Available : <http://www.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf>. [2017, July 16].
- Yenjabok, P. (2015). **Media Literacy of Thai Children : Wise, Intelligence Selective**. Bangkok : Culture Surveillance Bureau Office of the Permanent Secretary.
- Yimprasert, U, Paladkong, N. & Siriumpankul, A. (2016). Benefits and Application of Media Literacy : A Case Student of a Private Higher Education Institution. **Panyapiwat Journal**, 8(2), 183-195.