

## โครงการวิจัย

การศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล  
สำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ และแนวทางสำหรับประเทศไทย

The Study of the Mobilization Approaches to Develop Media and  
Digital Literacy for Children and Youngsters in Foreign Countries, and  
the Approaches for Thailand

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรัชญ์ ครุจิต

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจาก

สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน (สสดย.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

## บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ และแนวทางสำหรับประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อคือ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ และ 2) เพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการศึกษาเอกสาร (document research) ศึกษาการขับเคลื่อนโครงการเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล จากกรณีศึกษาในต่างประเทศ จำนวน 6 กรณีศึกษา จาก 6 ประเทศ คือ 1) ประเทศสหรัฐอเมริกา: โครงการ The News Literacy Project (NLP) 2) ประเทศแคนาดา: The Ontario Media Literacy Curriculum 3) สหภาพยุโรป: European Association for Viewers Interests (EAVI) 4) ประเทศอินเดีย: The Peace Gong Media Literacy Programme 5) ประเทศออสเตรเลีย: โครงการ SeeMe Media Literacy Project 6) ประเทศญี่ปุ่น: การเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อ Digital Storytelling (DST) for Media Literacy

ผลการศึกษาทั้ง 6 โครงการ พบ 5 ประเด็นที่สามารถประยุกต์ใช้กับแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทย คือ 1) การได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง 2) การออกแบบเนื้อหาที่มีประเด็นชัดเจน และสอดคล้องกับปัญหาสำคัญของประเทศ 3) การสร้างองค์ความรู้และการวิจัยทางความรู้เท่าทันสื่อ หรือมีองค์กรที่มีความรู้สนับสนุน 4) การถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายลงมือทำกิจกรรมการผลิตสื่อ โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เลี้ยง 5) ความต่อเนื่อง ความทันสมัย และความหลากหลาย ของการสร้างสื่อและทำกิจกรรม ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาขึ้นเป็นโมเดล 3E4I ในการขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลเพื่อเด็กและเยาวชนที่มีประสิทธิภาพ โดยจะต้องมีองค์ประกอบด้านการดำเนินการ 3 ข้อ ที่เรียกว่า 3E คือ Education: การถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมกับวัย, Experience: การลงมือปฏิบัติเปลี่ยนองค์ความรู้นั้นเป็นชิ้นงาน และ Expert การมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เลี้ยงคอยแนะนำ และองค์ประกอบด้านการส่งเสริมความเข้มแข็งของการขับเคลื่อน 4 องค์ประกอบ ที่เรียกว่า 4I คือ Interconnectedness: ความสามารถเชื่อมโยงโครงการการขับเคลื่อนไปกับภาคส่วนอื่นๆที่ให้การสนับสนุน, Information: การสร้างข้อมูลความรู้ หรือมีหน่วยงานสนับสนุนความรู้ที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อการขับเคลื่อน, Integration: การบูรณาการประเด็นการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อให้สอดคล้องเข้ากับปัญหาที่สำคัญของประเทศ และ In Trend: การใช้สื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ทันสมัย หลากหลาย และต่อเนื่อง

**คำสำคัญ:** ความรู้เท่าทันสื่อ, ความรู้เท่าทันดิจิทัล, การขับเคลื่อน, เด็กและเยาวชน

## Abstract

The study titled “The Study of the Mobilization Approaches to Develop Media and Digital Literacy for Children and Youngsters in Foreign Countries, and the Approaches for Thailand” has two objectives as follows: 1) To study mobilization approaches to develop media and digital literacy for children and youngsters in foreign countries, and 2) To study mobilization approaches to develop media and digital literacy for children and youngsters in Thailand. This study is a qualitative research, employing document research method to study mobilization approaches to develop media and digital literacy of six projects in six foreign countries: 1) United States: The News Literacy Project (NLP) 2) Canada: The Ontario Media Literacy Curriculum 3) The European Union: European Association for Viewers Interests (EAVI) 4) India: The Peace Gong Media Literacy Programme 5) Australia: SeeMe Media Literacy Project 6) Japan: Digital Storytelling (DST) for Media Literacy

The study found five key findings that can be applied as mobilization approaches to develop media and digital literacy for children and youngsters in Thailand: 1) Having support from all of the relevant stakeholders. 2). Designing content with clear direction that correspond with key problems of the country. 3). Producing knowledge and research studies in the field of media literacy or having support from knowledgeable organizations. 4). Transferring of knowledge that leads to action of creating media content with experts as mentors. 5). Having continuous, modern, and various media content and activities. From this finding, the researcher hence developed the 3E4I Model. The main elements of mobilization of media and digital literacy are called 3E’s: Education – Transferring knowledge to kids and youngsters; Experience – turning the knowledge into tangible works; and Expert – Having experts as mentors. These 3E’s are supported by the 4I: Interconnectedness – The ability to connect the project to other stakeholders; Information – the creation of data and knowledge, or having support organizations needed for the mobilization; Integration – the integration of the mobilization issues to the key problems of the nation; and In Trend – the use of digital media and modern activities comprehensively and continuously.

**Keywords:** Media Literacy, Digital Literacy, Mobilization, Kids and Youngsters

## บทสรุปของผู้บริหาร

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมีอิทธิพลอย่างสูง โดยเฉพาะการเข้ามาของสื่อดิจิทัล ซึ่งรวมถึงโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยมของเด็กและเยาวชนเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสื่อจะมีบทบาทและประโยชน์ต่อสังคมหลายประการ แต่การใช้สื่อมวลชนและสื่อดิจิทัลนั้นก็อาจก่อให้เกิดผลในทางลบได้ในหลายประการเช่นกัน โดยประเทศไทยมีความพยายามจะขับเคลื่อนนโยบายเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อให้มากขึ้น แต่ยังคงขาดองค์ความรู้ โดยเฉพาะแนวทางที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศตะวันตก มีการวางแผนนโยบายและการขับเคลื่อนนโยบายออกมาเป็นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวางแผนนโยบายและการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลในประเทศไทยสำหรับเด็กต่อไปได้

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ
2. เพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการศึกษาเอกสาร (document research) ศึกษาการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล จากกรณีศึกษาในต่างประเทศ จำนวน 6 กรณีศึกษา จาก 6 ประเทศ คือ

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา: โครงการ The News Literacy Project (NLP)
2. ประเทศแคนาดา: The Ontario Media Literacy Curriculum
3. สหภาพยุโรป: European Association for Viewers Interests (EAVI)
4. ประเทศอินเดีย: The Peace Gong Media Literacy Programme
5. ประเทศออสเตรเลีย: โครงการ SeeMe Media Literacy Project
6. ประเทศญี่ปุ่น: การเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อการสร้างความรู้เท่าทันสื่อ Digital Storytelling (DST) for Media Literacy

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา สามารถสรุปรายละเอียดของกรณีศึกษาในแต่ละประเทศได้ดังนี้

โครงการ	จุดเน้น / กลุ่มเป้าหมาย	องค์ประกอบสำคัญ / สื่อที่ใช้ในการขับเคลื่อน	ผลที่เกิดขึ้น	ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จ

โครงการ	จุดเน้น / กลุ่มเป้าหมาย	องค์ประกอบสำคัญ / สื่อที่ใช้ในการขับเคลื่อน	ผลที่เกิดขึ้น	ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จ
1. The News Literacy Project (สหรัฐอเมริกา)	<p><b>จุดเน้น:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การรู้เท่าทันข่าวสารและ</li> <li>ความสามารถในการแยกแยะความน่าเชื่อถือของข้อมูล</li> </ul> <p><b>กลุ่มเป้าหมาย:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักเรียนมัธยมต้นและมัธยมปลาย</li> <li>- ครู</li> </ul>	<p><b>องค์ประกอบสำคัญ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักสูตรห้องเรียนออนไลน์</li> <li>- หลักสูตรนอกเวลาเรียน</li> <li>- หลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับนักเรียน</li> <li>- หลักสูตรพัฒนาผู้สอนมืออาชีพ</li> </ul> <p><b>สื่อที่ใช้:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เว็บไซต์</li> <li>- สื่อบุคคล / การอบรมเชิงปฏิบัติการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ครูมากกว่า 11,700 คน จาก 86 ประเทศ</li> <li>ลงทะเบียนใช้หลักสูตร Checkology ในการสอนนักเรียนมากกว่า 1.78 ล้านคน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีพันธมิตรเครือข่ายองค์กรข่าวและนักข่าวมืออาชีพ</li> <li>- ผู้ก่อตั้งมีความเชี่ยวชาญ</li> <li>- มีระบบ Platform เป็นของตนเอง</li> <li>- มีองค์ความรู้ที่ดี เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนทุกระดับ</li> </ul>
2. The Ontario Media Literacy Curriculum (แคนาดา)	<p><b>จุดเน้น:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเรียนการสอนความรู้เท่าทันสื่อและการคิดเชิงวิพากษ์ในระบบการศึกษา</li> </ul> <p><b>กลุ่มเป้าหมาย:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักเรียนระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา</li> <li>- ครู</li> </ul>	<p><b>องค์ประกอบสำคัญ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การกำหนดนโยบายหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับ</li> </ul> <p><b>สื่อที่ใช้:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คู่มือและสื่อการสอนสำหรับครูผู้สอน</li> <li>- ชิ้นงานสื่อในสื่อมวลชนที่นำมาประกอบการสอน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นแห่งแรกในโลกที่บรรจุการรู้เท่าทันสื่อเข้าไว้ในการศึกษาภาคบังคับ</li> <li>- มีสาขาการรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา</li> <li>- ทุกรัฐในแคนาดามีหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งกลุ่มองค์กรเพื่อสาธารณะที่ขับเคลื่อนด้านการรู้เท่าทันสื่อ สมาคมครูและผู้ประกอบการ และองค์กรสื่อวิชาชีพ</li> <li>- การมีสมาคมด้านความรู้เท่าทันสื่อที่เข้มแข็ง (AML) ที่ช่วยสร้างชุดความรู้และให้คำแนะนำในการสอนความรู้เท่าทันสื่อ</li> <li>- ความเข้มแข็งของภาคประชาชน ทั้งจากผู้ประกอบการและครูในการขับเคลื่อนและกดดันภาครัฐและองค์กรสื่อ</li> </ul>
3. European Association for Viewers Interests (สหภาพยุโรป)	<p><b>จุดเน้น:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้เท่าทันสื่อเพื่อความเป็นพลเมือง</li> </ul> <p><b>กลุ่มเป้าหมาย:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เด็ก</li> <li>- ผู้ปกครอง</li> </ul>	<p><b>องค์ประกอบสำคัญ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การผลิตสื่อ</li> <li>- การจัดกิจกรรม</li> <li>- การจัดการประชุม</li> </ul> <p>นานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิจัย</li> </ul> <p><b>สื่อที่ใช้:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถผลักดันการรู้เท่าทันสื่อเข้าสู่กฎหมายของสหภาพยุโรปได้สำเร็จ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีเครือข่ายสนับสนุนที่กว้างขวางและน่าเชื่อถือ เช่น UNESCO และสหภาพยุโรป</li> <li>- การมีเครือข่ายบุคคลที่เข้มแข็ง ทั้งนักวิชาการและนักณรงค์ที่สามารถผลักดันเชิงนโยบายได้</li> <li>- การจัดการรณรงค์ที่</li> </ul>

โครงการ	จุดเน้น / กลุ่มเป้าหมาย	องค์ประกอบสำคัญ / สื่อที่ ใช้ในการขับเคลื่อน	ผลที่เกิดขึ้น	ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จ
	- ประชาชนทั่วไป - ผู้กำหนดนโยบาย ของสหภาพยุโรป	- เว็บไซต์ - โซเชียลมีเดีย - วิดีโอคลิป - คู่มือการใช้สื่อ		หลากหลายและต่อเนื่อง ทั้งการผลิตเนื้อหาที่หลากหลายในหลายภาษา และการจัดกิจกรรมในหลายประเทศ
4. The Peace Gong Media Literacy Programme (อินเดีย)	<b>จุดเน้น:</b> - การอยู่ร่วมกัน อย่างสันติ <b>กลุ่มเป้าหมาย:</b> - เด็กและเยาวชน อายุไม่เกิน 18 ปี - ชุมชน - โรงเรียน	<b>องค์ประกอบสำคัญ:</b> - การผลิตสื่อโดยอาสาสมัคร เยาวชน - การอบรมเยาวชนในการ ผลิตสื่อ <b>สื่อที่ใช้:</b> - หนังสือพิมพ์ - เว็บไซต์ - หนังสือพิมพ์เสียง - โซเชียลมีเดีย - หนังสือพิมพ์อักษรเบรลล์ - หนังสือพิมพ์โปสเตอร์ - E-Book	- เกิดโครงการ Peace Gong ใน 14 รัฐของ อินเดียและในอีก 5 ประเทศ - โครงการได้รับรางวัล Volunteers Award จาก องค์การสหประชาชาติ - หัวหน้าโครงการได้รับ เลือกให้เป็นทูตสิทธิ เยาวชนสตรีระดับ นานาชาติ - การจัดตั้งชมรม Peace Gong ในโรงเรียนหลาย แห่งทั่วอินเดีย	- การคัดเลือกอาสาสมัครเด็กที่มีความตั้งใจและมีศักยภาพจากชุมชนต่างๆ และอบรมให้เป็นผู้นำเยาวชนได้ - การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานสำคัญที่น่าเชื่อถือรวมทั้งบุคลากรสื่อวิชาชีพด้วย
5. SeeMe Media Literacy Project (ออสเตรเลีย)	<b>จุดเน้น:</b> - การสร้างทัศนคติ เชิงบวกเกี่ยวกับ รูปร่างหน้าตาของ ตนเอง <b>กลุ่มเป้าหมาย:</b> - นักเรียน โดยเฉพาะช่วงชั้น มัธยม 2 - ครู	<b>องค์ประกอบสำคัญ:</b> - เว็บไซต์ - การทำกิจกรรมโดยผู้นำ นักเรียน - การทำกิจกรรมตามชุดการเรียนรู้ <b>สื่อที่ใช้:</b> - เว็บไซต์ - หนังสือพิมพ์ - ผู้นำนักเรียน - เครื่องมือสารสนเทศในการ ทำกิจกรรม เช่น เว็บไซต์ หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์	- ผลการประเมินโครงการ พบว่าผู้เข้าร่วมมีทักษะ การรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น, พอใจในรูปร่างของตัวเอง มากขึ้น, ตระหนักรู้ เกี่ยวกับภาพเหมารวมทาง เพศของสื่อ, มีทักษะการ คิดเชิงวิพากษ์ที่ดีขึ้น, มี ความตระหนักรู้เกี่ยวกับ กลไกของโฆษณาและสื่อ มากขึ้น, และมีพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรม ทางสังคมที่ดีขึ้น	- การให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับการออกแบบเนื้อหาและการพัฒนาสื่อ - การมีประเด็นรณรงค์ที่ชัดเจน - การได้รับความร่วมมือจากโรงเรียนในการทดลองโครงการ
6. Digital	<b>จุดเน้น:</b>	<b>องค์ประกอบสำคัญ:</b>	- เกิดความร่วมมือของ	- ความร่วมมือของคนในชุมชน

โครงการ	จุดเน้น / กลุ่มเป้าหมาย	องค์ประกอบสำคัญ / สื่อที่ใช้ในการขับเคลื่อน	ผลที่เกิดขึ้น	ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จ
Storytelling for Media Literacy (ญี่ปุ่น)	- การสร้างความรู้ทันสื่อที่ก่อให้เกิดความร่วมมือของคนในชุมชน กลุ่มเป้าหมาย: - บุคคลทั่วไปในชุมชนต่างๆ - ผู้ที่ไม่กล้าแสดงออก - สถาบันการศึกษา และสื่อท้องถิ่น	- การจัดเวิร์คช็อปในรูปแบบต่างๆ เพื่อผลิตเรื่องเล่าดิจิทัล - อาสาสมัครผู้ดำเนินกิจกรรม สื่อที่ใช้: - คลิปวิดีโอ - สื่อท้องถิ่นที่ช่วยเผยแพร่เรื่องเล่า	ภาคส่วนต่างๆ ในชุมชน - เกิดสื่อชุมชนที่สามารถบันทึกเป็นประวัติศาสตร์ของชุมชนได้ - เกิดต้นแบบการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัลสำหรับผู้ที่ไม่กล้าแสดงออก - เกิดช่องทางให้ผู้ที่มีความเสี่ยง หรือไม่มีช่องทางแสดงออกได้เรียนรู้เรื่องความรู้เท่าทันสื่อ	- การออกแบบวิธีการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ - การออกแบบวิธีการเรียนรู้โดยคำนึงถึงปัจจัยทางวัฒนธรรม - การออกแบบกิจกรรมที่ง่ายและสนุกในรูปแบบของเกม โดยไม่เน้นที่คุณภาพของชิ้นงานที่เกิดขึ้น

### แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลของเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

จากการศึกษา ทั้ง 6 โครงการการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อในต่างประเทศ พบว่ามี 5 ประเด็นที่น่าสังเกตและควรนำมาประยุกต์ใช้กับการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ดังนี้

1. การได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งคือ สถาบันการศึกษา องค์กรสื่อมวลชน ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ องค์กรภาคประชาชน ทั้งเครือข่ายผู้ปกครอง ครู หรือ สมาคมต่างๆในชุมชน และองค์กรระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** การขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงควรที่จะขับเคลื่อนไปบนพื้นฐานของการมีเครือข่ายที่เข้มแข็งและหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษา องค์กรสื่อมวลชน องค์กรภาคประชาชน และองค์กรระดับประเทศหรือนานาชาติ

### 2. การออกแบบเนื้อหาที่มีประเด็นชัดเจน และสอดคล้องกับปัญหาสำคัญของประเทศ

แทบทุกโครงการจากกรณีศึกษา มีประเด็นหลักของการขับเคลื่อน ทำให้โครงการมีทิศทางที่ชัดเจนและโดดเด่นเป็นที่รู้จักและจดจำได้ง่าย นอกจากนี้การออกแบบเนื้อหานั้นควรที่จะสอดคล้องกับปัญหาของประเทศ ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นปัญหาเกี่ยวกับสื่อ เนื่องจากความรู้เท่าทันสื่อสามารถบูรณาการไปกับเนื้อหาได้แทบทุกประเภท

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** ดังนั้นในการออกแบบเนื้อหาความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงสามารถที่จะบูรณาการไปพร้อมกับปัญหาสำคัญของประเทศไทย จะสามารถสร้างความสนใจ และได้รับการตอบรับจากหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐได้มากกว่าเพียงแค่การณรงค์ให้เยาวชน “รู้เท่าทันสื่อ” ในภาพกว้าง

### 3. การสร้างองค์ความรู้และการวิจัยทางความรู้เท่าทันสื่อ หรือมีองค์กรที่มีความรู้สนับสนุน

การขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อ จำเป็นต้องขับเคลื่อนบนพื้นฐานขององค์ความรู้ โดยเฉพาะความรู้ใหม่ที่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล หน่วยงานที่ขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อจึงจำเป็นต้องมีการสร้างองค์ความรู้เรื่องความรู้เท่าทันสื่อที่ทันสมัยตลอดเวลา และ/หรือ มีองค์กรที่มีองค์ความรู้นี้เป็นผู้สนับสนุน

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** องค์กรหรือโครงการที่มีความตั้งใจจะขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อ จำเป็นต้องวางแนวทางการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับหน่วยงานตนเองอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และควรจะต้องมีองค์กรคอยสนับสนุนด้านวิชาการ

#### 4. การถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายลงมือทำกิจกรรมการผลิตสื่อ โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เลี้ยง

ในขั้นตอนการดำเนินงานการขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีองค์ประกอบสามข้อที่สมดุลและเพียงพอ ที่เรียกว่า 3E คือ

- 1) การถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมกับวัย หรือองค์ประกอบของการศึกษาข้อมูล (Education)
- 2) การลงมือปฏิบัติเปลี่ยนองค์ความรู้เป็นชิ้นงาน ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจและจดจำได้ หรือองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ (Experience)
- 3) การมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เลี้ยงคอยแนะนำ หรือองค์ประกอบของผู้เชี่ยวชาญ (Expert)

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** จากสังเกตของผู้วิจัย พบว่าการขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย มักจะมี 3E ไม่ครบหรือไม่สมดุล ดังนั้นในการวางแผนการขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อ จึงควรที่จะพิจารณาถึงความสมดุลขององค์ประกอบทั้ง 3E นี้ด้วย

#### 5. การใช้สื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ทันสมัย หลากหลาย และต่อเนื่อง

จากการศึกษาทั้ง 6 โครงการพบว่า ทุกโครงการมีการใช้เว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม สื่อที่ผลิตออกมาอย่างต่อเนื่องและทันสมัย แต่บางโครงการที่แม้จะดูประสบความสำเร็จที่ดี มีองค์ประกอบทั้ง 3E แต่ไม่สามารถรักษาความสำเร็จไว้ได้เนื่องจากขาดความต่อเนื่อง

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** ดังนั้นการดำเนินการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงควรที่จะมีทรัพยากรเพียงพอ ทั้งในแง่บุคลากรและทุนดำเนินการ เพื่อให้เกิดการใช้สื่อดิจิทัลที่เป็นเหมือนสำนักงานออนไลน์ เพื่อสร้างข้อมูลที่ทันสมัย

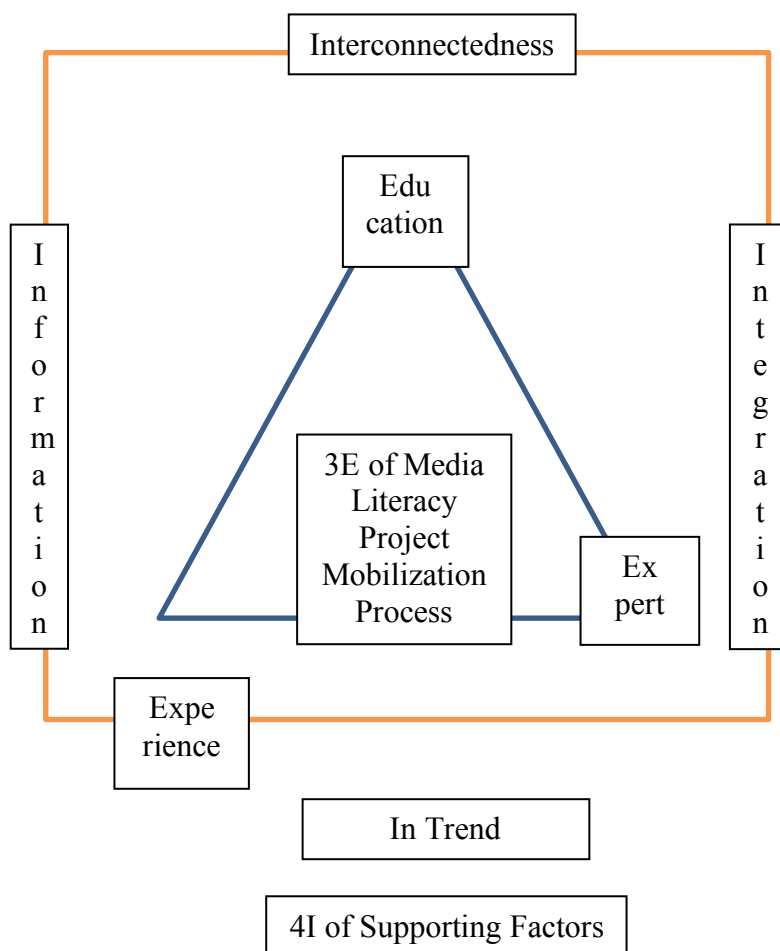


## ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการอภิปรายผลโดยการประมวลข้อค้นพบทั้ง 5 ข้อที่ได้จากกรณีศึกษาทั้ง 6 ในต่างประเทศนั้น อาจสามารถสรุปได้ว่า บทเรียนที่สำคัญจากกรณีศึกษาจากต่างประเทศในข้อนี้ คือการขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนที่มีประสิทธิภาพนั้น มี 7 องค์ประกอบที่สำคัญ โดยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบด้านการดำเนินการ 3 องค์ประกอบ ซึ่งก็คือ 3E (Education, Experience, Expert) แต่ยังมีองค์ประกอบด้านการส่งเสริมความเข้มแข็งของการขับเคลื่อน 4 องค์ประกอบ ที่เรียกว่า 4I คือ

- 1) Interconnectedness: ความสามารถเชื่อมโยงโครงการการขับเคลื่อนไปกับภาคส่วนอื่นๆ ที่ให้การสนับสนุน ทั้งสถาบันการศึกษา องค์กรสื่อมวลชน ภาคประชาชน รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้วย
- 2) Information: การสร้างข้อมูลความรู้ที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อการขับเคลื่อน หรือมีหน่วยงานที่เชื่อมโยงกันที่สามารถสนับสนุนด้านองค์ความรู้ได้
- 3) Integration: การบูรณาการประเด็นการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อให้สอดคล้องเข้ากับปัญหาที่สำคัญของประเทศ
- 4) In Trend: การอัปเดตข้อมูล ความเคลื่อนไหว กิจกรรมของโครงการให้ทันสมัยและน่าสนใจ ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและการรับรู้ของสังคม

ดังนั้นจึงสามารถสรุปข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ออกมาเป็นโมเดล 3E 4I ของการขับเคลื่อนโครงการเพื่อความรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้



## คำนำ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศและแนวทางสำหรับประเทศไทย” เกิดขึ้นจากความต้องการที่จะศึกษาโครงการต่างๆที่เป็นกรณีศึกษาในการขับเคลื่อนการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาขับเคลื่อนการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย โดยผู้วิจัยพยายามที่จะเลือกโครงการที่มีความหลากหลาย ทั้งขนาด ประเทศ ประเด็นในการขับเคลื่อน กลุ่มเป้าหมายของโครงการ และผลกระทบที่เกิดขึ้น ตั้งแต่ระดับชุมชน เช่นโครงการ Digital Storytelling ไปจนถึงโครงการที่เกิดความสำเร็จในระดับประเทศ เช่นโครงการ The Ontario Curriculum ไปจนถึงระดับนานาชาติ เช่นโครงการ EAVI เพื่อให้เห็นรูปแบบที่แตกต่างกันและสามารถนำไปถอดบทเรียนเพื่อปรับใช้ในหลายระดับได้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน (สสद्य.) รศ.ดร.จุมพล รอดคำดี, ดร.ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะอนุช และกรรมการและเจ้าหน้าที่ สสद्य.ทุกท่าน ขอขอบคุณ ผศ.ดร.สุภาพร โพธิ์แก้ว และคุณสรวงมณห์ สิทธิสมาน ขอขอบคุณ ดร.นุติ หนูไฟโรจน์ ผู้ช่วยวิจัย อ.ฉัตรฉวี คงดี และคุณปารีชาติ บ่อคำ และขอขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจในการทำวิจัยนี้จนสำเร็จ และหวังว่างานวิจัยชิ้นนี้จะมีส่วนในการช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ผศ.ดร.วรัชญ์ ครุจิต

มีนาคม 2561

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	1
Abstract.....	2
บทสรุปของผู้บริหาร.....	3
คำนำ.....	10
สารบัญ.....	11
บทที่ 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	12
1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	14
1.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
1.3 นิยามศัพท์.....	15
บทที่ 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.1 แนวคิดเรื่องของความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy).....	16
2.2 ความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy).....	23
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
บทที่ 3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	27

<b>บทที่ 4. ผลการศึกษา.....</b>	<b>29</b>
4.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา: <i>The News Literacy Project (NLP)</i> .....	
4.2 ประเทศแคนาดา: <i>The Ontario Media Literacy Curriculum</i> .....	29
4.3 สหภาพยุโรป: <i>European Association for Viewers Interests (EAVI)</i> .....	35
4.4 ประเทศอินเดีย: <i>The Peace Gong Media Literacy Programme</i> .....	42
4.5 ประเทศออสเตรเลีย: <i>SeeMe Media Literacy Project</i> .....	47
4.6 ประเทศญี่ปุ่น: <i>Digital Storytelling (DST) for Media Literacy</i> .....	53
<b>บทที่ 5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>69</b>
5.1 สรุปแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ.....	69
5.2 การอภิปรายผล: แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลของเด็กและเยาวชนในประเทศไทย.....	73
5.3 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	78
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	80
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>81</b>

## บทที่ 1

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมีอิทธิพลอย่างสูง โดยเฉพาะการเข้ามาของสื่อดิจิทัล ซึ่งรวมถึงสื่อโซเชียลมีเดีย ที่เป็นที่ยอมรับของเด็กและเยาวชนเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสื่อจะมีบทบาทและประโยชน์ต่อสังคมหลายประการ แต่การใช้สื่อมวลชนและสื่อดิจิทัลนั้นก็อาจก่อให้เกิดผลในทางลบได้ในหลายประการเช่นกัน โดยงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบของการสื่อสารในสื่อดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน และแนวทางการดูแล ป้องกัน และเสริมสร้างความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชน: กรณีศึกษาจากประเทศไทยและต่างประเทศ” ได้พบว่า สื่อดิจิทัล อาจก่อให้เกิดผลในทางลบต่อเยาวชนได้ถึง 8 หัวข้อใหญ่ และ 30 หัวข้อย่อย ดังต่อไปนี้ (Karuchit, 2016)

#### 1. การล่อลวง

- 1.1 การล่อลวงทางเพศ
- 1.2 การล่อลวงเพื่อฉ้อโกงธุรกรรมทางการเงิน
- 1.3 การล่อลวงด้วยการโฆษณาออนไลน์

#### 2. เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

- 2.1 เนื้อหาที่ยั่วยุทางเพศ
- 2.2 เนื้อหาที่มีการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม หยาดคาย ดูถูก ผิดหลักภาษา
- 2.3 เนื้อหาที่รุนแรง ภาพสยดสยอง
- 2.4 เนื้อหาที่ผิดศีลธรรม
- 2.5 เนื้อหาที่ขัดวัฒนธรรมไทย
- 2.6 เนื้อหาที่ส่งเสริมการพนัน
- 2.7 เนื้อหาที่ส่งเสริมความเชื่อทางไสยศาสตร์
- 2.8 เนื้อหาที่ล่องละเมิดสิทธิ ดูถูกดูหมิ่นเรื่องส่วนตัว
- 2.9 เนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง (Hate Speech)
- 2.10 เนื้อหาที่เป็นการหมิ่นสถาบันเบื้องสูง

#### 3. การแกล้ง รังแกกันทางออนไลน์

- 3.1 การรังแกกันทางออนไลน์ (Cyber-Bullying)
- 3.2 การแอบติดตามและสอดส่องข้อมูลของผู้อื่นทางออนไลน์ (Cyber-Stalking)
- 3.3 การยั่วให้เกิดความไม่พอใจเพื่อแอบดักถ่ายคลิป (Cyber-Baiting)

#### 4. การก่อให้เกิดความไม่พอใจ

- 4.1 การก่อให้เกิดความซึมเศร้าหรืออิจฉา
- 4.2 การนำไปสู่ความรุนแรง

#### 5. การก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

- 5.1 การหลอกลวงหรือเข้าใจผิดจากการใช้ภาพ
- 5.2 การหลอกลวงหรือเข้าใจผิดจากข้อมูล

#### 6. การใช้เวลาในทางที่ไม่สร้างสรรค์

- 6.1 การลดเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือ หรือทำกิจกรรมอื่น
- 6.2 การเกิดการเสพติด เล่นเกม เกิดปัญหาทางสุขภาพ

#### 7. การกระทำผิดกฎหมาย

- 7.1 การกระทำผิดพรบ.คอมพิวเตอร์
- 7.2 การกระทำผิดกฎหมายอื่นๆ เช่นกฎหมายหมิ่นประมาท กฎหมายลิขสิทธิ์

#### 8. การก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม

- 8.1 การถ่ายภาพตัวเอง (Selfie) อย่างไม่เหมาะสม
- 8.2 การโชว์ภาพตนเองที่ไม่เหมาะสมทางออนไลน์
- 8.3 การทำทะเลาะวิวาทออนไลน์
- 8.4 การแฉความลับหรือข้อมูลส่วนตัว
- 8.5 การการปล่อยภาพหรือคลิปส่วนตัวเพื่อแก้แค้น (Revenge Porn)
- 8.6 การการส่งต่อเนื้อหาลามกอนาจาร (Sexting)

โดยข้อเสนอแนะจากการวิจัยมี 4 ข้อคือ 1) ในระยะสั้น ควรมีการออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมและลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากสื่อดิจิทัล 2. ในระยะยาว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน ทั้งภาครัฐและภาคประชาชน หน่วยงานเอกชน สื่อมวลชนและสถาบันการศึกษาทุกระดับ ต้องเร่งสร้างให้เกิด “ความรู้เท่าทันสื่อ” ซึ่งต้องรวมถึง “ความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล” กับเยาวชน 3. พ่อแม่และผู้ปกครองจำเป็นจะต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจกับภัยออนไลน์ในรูปแบบต่างๆที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อให้คำแนะนำแก่เยาวชนได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งลดความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อทางออนไลน์เองอีกด้วย นอกจากนี้ ผู้ปกครองควรต้องเป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์ในการใช้สื่อดิจิทัลในบ้าน เช่นการกำหนดเวลาระยะในการใช้ และคอยสอดส่องดูแล ให้เยาวชนใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีสติและสมดุล ชักชวนให้เยาวชนทำกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการใช้สื่อดิจิทัล และให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับเยาวชน 4. เยาวชนแต่ละคนต้องมีทักษะความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ใช้สื่อดิจิทัลอย่างรอบคอบและระมัดระวัง ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้

ดังนั้นความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อประชาชนผู้ใช้สื่อโดยเฉพาะกับเด็กที่ยังอาจขาดวิจารณญาณในการใช้ เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันและป้องกันผลกระทบในทางลบที่อาจเกิดขึ้นทั้งกับตัวเองและกับสังคม อีกทั้งหากสามารถปลูกฝังทักษะความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลให้เด็กไทยได้ ประชากรกลุ่มนี้ก็จะเติบโตขึ้นเป็นอนาคตของชาติที่มีคุณภาพต่อไป

ประเทศไทยมีความพยายามจะขับเคลื่อนนโยบายเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อให้มากขึ้น แต่ยังคงต้องการความรู้ โดยเฉพาะแนวทางที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศตะวันตก มีการวางแผนนโยบายและการขับเคลื่อนนโยบายออกมาเป็นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวางแผนนโยบายและการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลในประเทศไทยสำหรับเด็กต่อไปได้

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ
2. เพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงแนวทางที่เป็นแนวปฏิบัติ ที่ประสบความสำเร็จในระดับต่างๆกันในการขับเคลื่อนนโยบาย เพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล จากต่างประเทศ และรับทราบถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ รวมทั้ง ปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้
2. ได้แนวทางในการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรมในประเทศไทย ที่สามารถนำเสนอในเชิงนโยบายต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนได้นำไปขับเคลื่อนให้เกิด ความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล

## นิยามศัพท์

**ความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล (Media and Digital Literacy)** หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจและ ใช้วิจารณ์ญาณคิดอย่างรอบด้านเกี่ยวกับสื่อประเภทต่างๆซึ่งรวมถึงสื่อดิจิทัล ทั้งกระบวนการประกอบสร้างเนื้อหา และความหมายของเนื้อหา รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบจากการใช้สื่อและรับเนื้อหาของสื่อ

**การขับเคลื่อน** หมายถึง การวางแผนและดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้

**เด็กและเยาวชน** หมายถึง ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์



## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบของการสื่อสารในสื่อดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน และแนวทางการดูแลป้องกัน และเสริมสร้างความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชน: กรณีศึกษาจากประเทศไทยและต่างประเทศ ใช้แนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเรื่องของความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)
- 2.2 ความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy)
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเรื่องของความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

##### ความหมายของความรู้เท่าทันสื่อ

ความหมายของความรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับการยอมรับกันมากที่สุด มาจากการประชุม Aspen Media Literacy Leadership Institute โดยที่ประชุมได้สรุปคำนิยามของความรู้เท่าทันสื่อไว้อย่างง่ายๆ แต่ชัดเจนว่า “Media literacy is the ability to access, analyze, evaluate, and create media in a variety of forms.” (ความรู้เท่าทันสื่อ คือความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และผลิตสื่อได้ในหลากหลายรูปแบบ) (Thoman & Jolls, 2005, p. 21)

มีนักวิชาการอีกหลายท่านที่ได้คำนิยามของคำว่า “ความรู้เท่าทันสื่อ” ไว้หลากหลาย โดยอีกคำนิยามที่น่าสนใจ คือคำนิยามของ ริค เชพเพิร์ด อดีตประธานสมาคมการรู้เท่าทันสื่อของประเทศแคนาดา ที่กล่าวว่า

“Media Literacy is an informed, critical understanding of the mass media. It involves an examination of the techniques, technologies and institutions that are involved in media production, the ability to critically analyze media messages and a recognition of the role that audiences play in making meaning from those messages.”

(“ความรู้เท่าทันสื่อ คือความเข้าใจสื่อมวลชนอย่างรอบด้านในเชิงวิจรรณญาณ ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบรูปแบบวิธีการนำเสนอ เทคโนโลยีที่ใช้ และองค์กรที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตสื่อ โดยสามารถวิเคราะห์และวิจารณ์เนื้อหาของสื่อ และเข้าใจถึงบทบาทของผู้รับสารในการสร้างความหมายจากเนื้อหาเหล่านั้น”) (Shepperd, 1993)

## ทักษะ 4 ด้านของความรู้เท่าทันสื่อ

แม้ว่าความรู้เท่าทันสื่อจะมีคำนิยามอันหลากหลาย แต่โดยทั่วไปแล้วเป็นที่ยอมรับกันว่า การรู้เท่าทันสื่อคือทักษะใน 4 ด้านสำคัญดังต่อไปนี้ (Thoman & Jolls, 2005)

### 1. การเข้าถึง (Access)

คือ การรู้วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการ และการสามารถแยกแยะและเลือกรับข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน รวมทั้งการมีทักษะในการอ่านเพื่อความเข้าใจ การสามารถจับใจความเข้าใจคำศัพท์และสัญลักษณ์ต่างที่ใช้ในสื่อมวลชน ในโลกยุคข้อมูลข่าวสารนั้น การหาข้อมูลในเรื่องหนึ่งๆไม่ใช่เรื่องยาก แต่ความสามารถในการเลือกใช้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการนั้น เป็นทักษะที่ต้องมีการฝึกฝน เช่นหากนักเรียนคนหนึ่งได้รับคำสั่งให้ค้นคว้าเรื่องของ “การเมืองไทย” แล้วค้นหาในเว็บไซต์ google.com ด้วยคำนี้ จะได้ผลลัพธ์มากกว่า 4 ล้านเว็บไซต์ จะทำอย่างไรให้นักเรียนคนนั้นสามารถได้ข้อมูลที่ต้องการ และเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง เหมาะสมกับวัย และไม่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

### 2. การวิเคราะห์ (Analyze)

คือ การสามารถวิเคราะห์การออกแบบและโครงสร้างของสื่อแต่ละประเภท รวมทั้งการสามารถเปรียบเทียบและแยกแยะความคิดเห็นจากข้อเท็จจริง เหตุและผล ลำดับและการเน้นในการนำเสนอเนื้อหา นั่นก็คือความสามารถในการ “ถอดองค์ประกอบ” โครงสร้างของเนื้อหาของสื่อที่นำเสนอออกเป็นส่วนๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาพ เสียง ดนตรี การแสดง เทคนิคพิเศษ และอื่นๆ ให้เหลือแต่สาระสำคัญของเนื้อหา เช่นโฆษณาชิ้นหนึ่ง อาจไม่ได้จูงใจด้วยคุณภาพของสินค้าหรือบริการ แต่เป็นการแสดง เนื้อเรื่อง ดนตรีประกอบ หรือการชิงโชค ซึ่งเมื่อถอดองค์ประกอบทั้งหมดออกไปแล้ว สินค้าหรือบริการนั้นอาจไม่น่าสนใจเทียบเท่ากับสินค้าอีกชิ้นหนึ่งที่ไม่ได้โฆษณา หรือผู้บริโภคอาจเห็นว่ายังไม่จำเป็นต้องซื้อ

### 3. การประเมิน (Evaluate)

คือ การสามารถประเมินคุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ประโยชน์และคุณค่า รวมทั้งความเกี่ยวข้องกับตนเอง ของเนื้อหาจากสื่อหลากหลายประเภท กล่าวคือผู้ที่มีทักษะในข้อนี้จะสามารถประเมินได้ว่าเนื้อหาของสื่อที่บริโภคนั้น ถูกต้องและน่าเชื่อถืออย่างไร ซึ่งอาจเริ่มด้วยการประเมินผู้ผลิตเนื้อหานั้น และผู้สนับสนุน (ผู้ออกทุนให้ผลิตสื่อหรือเนื้อหานั้น) รวมถึงจุดประสงค์ในการผลิตหรือเผยแพร่ข้อมูล เผยแพร่ข้อมูลนั้น ว่ามีอิทธิพลต่อการผลิตข้อมูลและเนื้อหาหรือไม่ อย่างไร และข้อมูลและเนื้อหาส่วนใด ไม่ว่าจะ เป็นข้อความ ภาพ หรือเสียง ที่อาจถูกตัดทอน ละทิ้ง และมีผลกระทบอย่างไรต่อความหมายโดยรวมของข้อมูลนั้น เช่น การนำเสนอข่าวจากสื่อหนึ่งๆ ซึ่งบรรณาธิการหรือเจ้าของสื่อไม่น่าสนับสนุนบุคคลในข่าวนั้น อาจมีผลอย่างไรต่อความครบถ้วนในการนำเสนอข่าวนั้นๆ โดยอาจนำเสนอแต่ด้านลบ และตัดทอนแง่มุมในด้านดี

#### 4. การผลิต (Create)

นอกจากความสามารถในการเปิดรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณแล้ว ผู้ที่รู้เท่าทันสื่อ ยังจำเป็นต้องมีทักษะในฐานะผู้ผลิตสื่อมีเข้าใจกระบวนการและปัจจัยต่างๆในการผลิตเนื้อหาของสื่อ ซึ่งรวมถึงทักษะในการวางแผน ระดมสมอง และกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ทักษะในการใช้ภาษาในการ เขียน หรือบอกเล่า และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิต แก๊ซ และเผยแพร่เนื้อหาที่ได้ผลิตขึ้นตาม วัตถุประสงค์ เพื่อที่จะได้รับรู้ถึงองค์ประกอบต่างๆในการผลิตเนื้อหาสื่อ ซึ่งจะทำให้สามารถถอดองค์ประกอบ ต่างๆ ออกจากเนื้อหาสาระที่แท้จริงของข้อมูลที่ได้มาอย่างมีประสิทธิภาพ

#### ความรู้พื้นฐานในการรู้เท่าทันสื่อ

สมาคมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อแห่งชาติ ของประเทศสหรัฐอเมริกา (National Association for Media Literacy Education : NAMLE) ได้ให้คำแนะนำว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือการเข้าใจความรู้พื้นฐาน 6 ประการ ดังต่อไปนี้ (National Association for Media Literacy Education, 2009)

##### 1. เนื้อหาของสื่อทุกประเภทมาจากการ “ประกอบสร้าง” (All media messages are “constructed”)

คือ การเข้าใจว่า เนื้อหาของสื่อ ไม่ได้เกิดขึ้นจากธรรมชาติ แต่มาจากการรวมกันขององค์ประกอบต่างๆที่ ถูกสร้างขึ้น และมีการออกแบบ แก๊ซ และผลิตองค์ประกอบต่างๆให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตหรือ ผู้สนับสนุนทางการเงิน ดังนั้น เนื้อหาของสื่อ จึงไม่ได้มาจากเสียงของประชาชนส่วนใหญ่ แต่มาจากการประกอบ สร้างของบุคคลกลุ่มหนึ่งที่เป็นผู้ผลิต

การเปิดรับเนื้อหาของสื่ออย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การสร้างความเป็นจริงแก่ผู้รับสาร ให้มีโลกทัศน์เป็นไป ตามที่สื่อนำเสนอ ว่าโลกแห่งความเป็นจริงเป็นอย่างไร ทั้งที่เนื้อหาของสื่ออาจไม่ได้สะท้อนความจริงทั้งหมด เป็น ความจริงที่ถูกสร้างขึ้น (constructed reality) แม้แต่หนังสือพิมพ์หรือรายการข่าว

##### 2. สื่อแต่ละประเภท มีลักษณะและจุดเด่นที่แตกต่างกัน และมีการใช้ “ภาษา” ของการประกอบสร้าง ที่ต่างกัน (Each medium has different characteristics, strengths, and a unique “language” of construction)

คือ การเข้าใจว่า สื่อแต่ละประเภท มีรูปแบบ ลักษณะ และธรรมชาติที่ต่างกันไป มีการใช้เทคนิคพิเศษที่ ต่างกันไป การตัดต่อ ตกแต่งภาพ การใช้ดนตรี มุมกล้อง เพื่อประกอบการสื่อความหมายและนัยยะสำคัญ

##### 3. เนื้อหาของสื่อถูกสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งส่วนมากจะเป็นไปเพื่อการ แสวงหารายได้และ/หรืออำนาจทางใดทางหนึ่ง (Media messages are produced for particular purposes, mostly to gain profit and/or power)

คือการเข้าใจว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ของสื่อ จะมีนัยทางธุรกิจแฝงอยู่ เนื่องจากสื่อมีการประเมินผลประกอบการ มีกำไรขาดทุน ซึ่งองค์กรสื่อต้องเอาตัวรอดจากการขาดทุน และสื่อเป็นองค์กร ไม่ใช่สิ่งมีชีวิต จึงไม่มีจิตใจ ไม่มีความสำนึกรับผิดชอบในตัวเอง (สิ่งเหล่านี้อยู่ในตัวผู้บริหารองค์กรสื่อ) และเข้าใจว่า สื่อมีเจ้าของ มีผู้สนับสนุน (ผู้มีอิทธิพลต่อเจ้าของ) ผู้ถือหุ้น ซึ่งสามารถกำหนดรูปแบบเนื้อหาของสื่อได้ เนื้อหาจำนวนมาก เป็นไปเพื่อการจูงใจตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ดังนั้น ต้องพิจารณาว่า ใครคือเจ้าของสื่อ ใครเป็นผู้เสียเงินสร้างหรือส่งสารนี้ขึ้นมา บุคคลหรือบริษัทนั้นมีทัศนคติอย่างไร มีอคติหรือต้องการชักจูงความคิดอย่างไรหรือไม่

#### 4. เนื้อหาของสื่อมีค่านิยมและทัศนคติแฝงอยู่ (Media messages have embedded values and points of view)

คือการเข้าใจว่า เนื้อหาของสื่อ มีการสื่อความหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม ถึงจุดประสงค์ของการผลิตเนื้อหานั้น และเนื้อหาของสื่อเต็มไปด้วยการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ (symbolic meaning) อาจเป็นค่านิยมที่มีอคติ (bias) ตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ทัศนคติบางประการที่ไม่สอดคล้องอาจถูกปกปิด บิดเบือน

#### 5. ผู้คนใช้ทักษะ ความเชื่อ และประสบการณ์ส่วนตัวในการประกอบสร้างความหมายของเนื้อหาของสื่อ (People use their individual skills, beliefs and experiences to construct their own meaning from media messages)

คือการเข้าใจว่า ผู้รับสารอาจตีความความหมายที่สื่อสารผ่านสื่อมวลชนไปตามประสบการณ์ วัฒนธรรม หรือพื้นฐานความเชื่อของตนเอง ดังนั้นเนื้อหาที่ดูเหมือนตลกขบขัน แต่อาจเป็นการดูถูกเหยียดหยาม หรือละเมิดสิทธิบุคคลอื่นก็ได้

#### 6. องค์กรสื่อมวลชนและเนื้อหาของสื่อมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม และกระบวนการในระบอบประชาธิปไตย (Media and media messages can influence beliefs, attitudes, values, behaviors, and the democratic process)

คือการเข้าใจว่า เนื้อหาและค่านิยมที่นำเสนอทางสื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อการปลุกฝังโลกทัศน์และก่อให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรม ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมหรือทำลายระบอบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นระบอบที่ต้องการการมีส่วนร่วม การแสดงความคิดเห็นและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย

#### คำถามเพื่อการถอดองค์ประกอบเนื้อหา (Deconstruction) เพื่อการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ

สมาคมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อแห่งชาติ ของประเทศสหรัฐอเมริกา (National Association for Media Literacy Education – NAMLE) ได้เสนอแนวคิดว่าการรู้เท่าทันสื่อ นั้น มีพื้นฐานจากความสามารถในการ “ถอดองค์ประกอบเนื้อหา” (deconstruction) ของสื่อ ให้เหลือแต่ข้อมูลที่วิเคราะห์ด้วยตนเอง

ซึ่งความสามารถในการถอดประกอบเนื้อหานั้น เริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อในมิติต่างๆ ดังต่อไปนี้ ซึ่งอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาต่างๆ สามารถนำไปใช้ถามนักเรียนเกี่ยวกับสื่อต่างๆ ที่นำมาใช้ประกอบการสอน (National Association for Media Literacy Education, 2009)

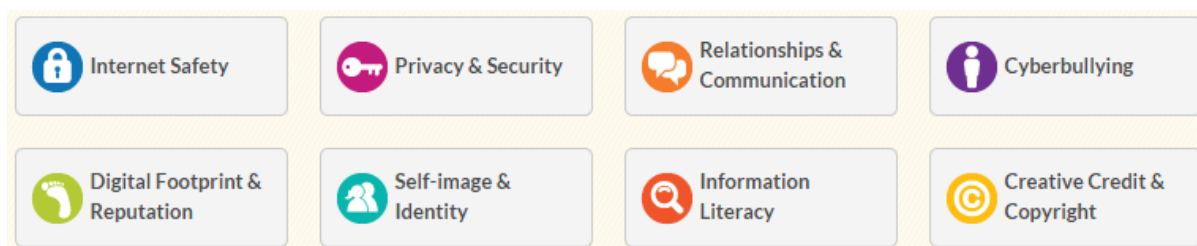
มิติในการวิเคราะห์	องค์ประกอบในการวิเคราะห์	คำถามเพื่อการถอดองค์ประกอบเนื้อหา (Deconstruction)
ผู้ผลิตและผู้รับสาร (Authors & Audiences)	ผู้ผลิต (Authorship)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใครเป็นผู้ผลิตเนื้อหานี้ และใครเป็นผู้เผยแพร่เนื้อหานี้</li> <li>- เนื้อหาที่เห็นนี้ สร้างขึ้นมาได้อย่างไร</li> <li>- ใครเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการผลิตเนื้อหานี้</li> <li>- มีปัจจัยอะไรบ้าง (เช่นทางการเงิน หรือการเมือง) ที่อาจมีอิทธิพลต่อการเขียนบท การผลิต และการเผยแพร่เนื้อหานี้</li> </ul>
	วัตถุประสงค์ (Purpose)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหานี้ผลิตขึ้นเพื่ออะไร</li> <li>- ใครเป็นกลุ่มเป้าหมายของเนื้อหานี้</li> <li>- เนื้อหานี้ต้องการจะบอกอะไรกับผู้รับสาร</li> <li>- เนื้อหานี้ต้องการจะจูงใจอะไรกับผู้รับสาร</li> </ul>
	ผลกระทบ (Impact)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใครจะได้รับผลประโยชน์จากเนื้อหานี้ ใครอาจได้รับผลลบจากเนื้อหานี้</li> <li>- เนื้อหานี้เกี่ยวข้องกับฉันหรือไม่ อย่างไร</li> </ul>
	การตอบสนอง (Response)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหานี้จูงใจให้ฉันทำอะไรหรือไม่ ด้วยวิธีการใด</li> <li>- เมื่อได้เปิดรับเนื้อหานี้แล้ว ฉันรู้สึกอย่างไร และควรทำอย่างไร</li> </ul>

มิติในการวิเคราะห์	องค์ประกอบในการวิเคราะห์	คำถามเพื่อการถอดองค์ประกอบเนื้อหา (Deconstruction)
เนื้อหาและความหมาย (Messages & Meanings)	เนื้อหา (Content)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหานี้เกี่ยวกับอะไร (และทำไมถึงคิดเช่นนั้น)</li> <li>- เนื้อหานี้มีองค์ประกอบอะไรบ้าง ภาพ เสียง</li> <li>- แนวความคิด ค่านิยม ทศนคติ และข้อมูลอะไรบ้างที่นำเสนออย่างชัดเจน และแอบแฝง</li> <li>- มีการใช้สัญลักษณ์อะไรบ้าง</li> <li>- มีเนื้อหาสำคัญใดบ้างที่ขาดหายไป หรืออาจถูกปกปิด เพราะอะไร</li> <li>- ตัวละครมีบุคลิกแตกต่างอย่างไรบ้าง มีการตอกย้ำความเชื่อเกี่ยวกับบุคคลหรือสังคมอย่างไรบ้าง</li> </ul>
	เทคนิคการนำเสนอ (Techniques)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหานี้มีการใช้เทคนิคพิเศษอะไรบ้าง</li> <li>- ทำไมจึงมีการใช้เทคนิคพิเศษนั้นๆ และเทคนิคพิเศษนั้นสื่อสารความหมายเพิ่มขึ้นจากเนื้อหาเดิมอย่างไร ทำให้เนื้อหานั้นเกินจากความเป็นจริงหรือไม่</li> <li>- มีเทคนิคอะไรที่ทำให้สิ่งที่ไม่เป็นจริงดูเสมือนจริง</li> <li>- เนื้อหานี้มีเทคนิคในการเล่าเรื่องอย่างไร เพื่อสร้างความน่าสนใจ</li> </ul>
	การตีความ (Interpretations)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ฉันตีความหมายเนื้อหานี้อย่างไร ดีหรือไม่ดีอย่างไร ชอบหรือไม่ชอบอะไรบ้าง</li> <li>- ผู้รับสารคนอื่นๆอาจมีการตีความเนื้อหานี้แตกต่างกันอย่างไรบ้าง</li> <li>- การตีความเนื้อหาของฉันสะท้อนอะไรบ้างเกี่ยวกับตัวฉัน</li> </ul>

มิติในการวิเคราะห์	องค์ประกอบในการวิเคราะห์	คำถามเพื่อการถอดองค์ประกอบเนื้อหา (Deconstruction)
การนำเสนอและความเป็นจริง (Representations & Reality)	บริบท (Context)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหานี้ผลิตขึ้นเมื่อใด บริบททางสังคมของช่วงเวลานั้นเป็นอย่างไร</li> <li>- เนื้อหานี้ถูกเผยแพร่ทางช่องทางใดบ้าง เผยแพร่อย่างไร</li> </ul>
	ความน่าเชื่อถือ (Credibility)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื้อหานี้นำเสนอข้อเท็จจริง หรือความคิดเห็น หรืออื่นๆ</li> <li>- เนื้อหานี้นำเชื่อถือเพียงใด (และทำไมถึงคิดเช่นนั้น)</li> <li>- ข้อมูล แนวความคิด หรือทัศนคติในเนื้อหา มีแหล่งที่มาจากใคร/ที่ไหน</li> </ul>

## 2.2 ความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy)

นอกจากทักษะความรู้เท่าทันสื่อที่เป็นพื้นฐานแล้ว เยาวชนจำเป็นจะต้องมีทักษะ “ความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล” (Digital Literacy) โดยองค์กร Common Sense แห่งสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งทักษะที่สำคัญสำหรับความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลสำหรับเยาวชนที่จำเป็นจะต้องเรียนรู้ออกเป็น 8 ด้านดังต่อไปนี้ (Common Sense Media, 2012)



1. **การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย (Internet Safety)** เยาวชนจำเป็นจะต้องเรียนรู้ในการท่องโลกออนไลน์ได้อย่างปลอดภัย เช่นการแยกแยะระหว่างเพื่อนที่รู้จักกันออนไลน์ที่น่าเชื่อถือและบุคคลที่มีความเสี่ยง
2. **การปกป้องความเป็นส่วนตัวและข้อมูล (Privacy & Security)** คือทักษะการจัดการกับข้อมูลส่วนตัวของตนเองในออนไลน์ให้ปลอดภัยจากความเสี่ยงออนไลน์ต่างๆ เช่นการขโมยตัวตนและการล่อลวงต่างๆ เช่นต้องสามารถตั้งรหัสผ่านที่เหมาะสม หลีกเลี่ยงการถูกล่อลวง และการเข้าใจนโยบายความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์ต่างๆ
3. **การรักษาความสัมพันธ์และการสื่อสาร (Relationships & Communication)** คือทักษะในการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อสร้างการสื่อสารในเชิงบวกและการเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกชุมชนออนไลน์ที่ดี เช่นการเรียนรู้เรื่องของ “หน้าที่พลเมืองดิจิทัล” และ “จริยธรรมดิจิทัล” รวมถึงมารยาทในการใช้สื่อดิจิทัล และตระหนักถึงพฤติกรรมของตนเองและสะท้อนให้ผู้อื่นรู้ได้ว่าเป็นอย่างไร
4. **การป้องกันและแก้ไขปัญหาการถูกลั่นแกล้งทางออนไลน์ (Cyber-Bullying)** เยาวชนจำเป็นจะต้องเรียนรู้ว่าจะทำอย่างไรหากตกอยู่ในสถานการณ์ที่ถูกกลั่นแกล้งทางออนไลน์ เรียนรู้ว่าจะหาความช่วยเหลือและลบของผู้คนในโลกออนไลน์นั้นเกิดผลกระทบอย่างไรกับทั้งตัวเอง เพื่อน และสังคมชุมชนออนไลน์ต่างๆ เพื่อที่จะไม่มีพฤติกรรมในทางลบ และสามารถแก้ปัญหาในทางบวกหากตกเป็นเหยื่อหรือเข้าไปเกี่ยวข้อง
5. **การปกป้องข้อมูลและชื่อเสียงทางออนไลน์ (Digital Footprint & Reputation)** คือเรียนรู้ที่จะปกป้องข้อมูลส่วนตัวและเคารพข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่นเช่นกัน และเรียนรู้ว่าข้อมูลในโลกดิจิทัลนั้นจะคงอยู่ตลอดไป การโพสต์แต่ละครั้งจะทิ้ง “รอยเท้าดิจิทัล” (Digital Footprint) เอาไว้ในโลกออนไลน์



ตลอดไป ซึ่งอาจจะมีผลกระทบในอนาคต ทั้งการเรียน การงาน หรือเรื่องส่วนตัว จึงจำเป็นต้อง “ไตร่ตรองก่อนเปิดเผยตัวตน” (“Self-Reflect before Self-Reveal”) เนื่องจากเนื้อหาออนไลน์ที่สร้างขึ้นนั้น ไม่ว่าจะโพสต์ แชร์ หรือกดไลค์ ก็สามารถจะสร้างผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่นได้ทั้งสิ้น

6. **การสร้างอัตลักษณ์ส่วนตัวในโลกออนไลน์ (Self-Image & Identity)** เยาวชนจำเป็นต้องตระหนักรู้ว่าอัตลักษณ์ที่ตนเองสร้างขึ้นในโลกออนไลน์คืออะไร และแตกต่างกับตัวตนในโลกจริง (offline) หรือไม่อย่างไร และความแตกต่างนั้นมีผลกระทบและความเสี่ยงอย่างไรต่อการมองตนเอง ความเคารพนับถือตัวเอง รวมทั้งการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น และความสัมพันธ์กับผู้อื่นในโลกจริง รวมทั้งการใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีสมดุลกับกิจกรรมอื่นๆในโลกออฟไลน์ด้วย
7. **ความรู้เท่าทันข้อมูลดิจิทัล (Information Literacy)** คือความสามารถในการรู้ ระบุเจาะจง ค้นหา วิเคราะห์ และใช้ข้อมูลดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นทักษะการใช้ Search Engine รวมไปถึงการประเมินคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ ความเป็นกลางของทั้งเนื้อหาและเว็บไซต์ที่พบ
8. **การใช้ข้อมูลดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ (Creative Credit & Copyright)** ปัจจุบันนี้เป็นวัฒนธรรมของการ “ลอกแล้วแปะ” (copy and paste) เยาวชนโดยเฉพาะในวัยเรียนจึงจำเป็นต้องจะตระหนักถึงความรับผิดชอบและสิทธิของผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นแหล่งของการสร้าง แบ่งปัน และบริโภคข้อมูลเนื้อหา เยาวชนจึงจำเป็นต้องเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญา การละเมิดลิขสิทธิ์ (piracy) การใช้งานลิขสิทธิ์อย่างเป็นธรรม (fair use) รวมไปถึงการอ้างอิงข้อมูลเนื้อหาอย่างเหมาะสมเมื่อนำไปเผยแพร่ต่อ เพื่อไม่ให้เป็นการแอบอ้างความเป็นเจ้าของ (plagiarism)

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุบผา เมฆศรีทองคำ และดนุลดา จามจรี (2554, หน้า 63-69) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ: วิธีทางในการสร้างพลังการรู้เท่าทันสื่อ” พบว่า การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อเป็นกระบวนการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อที่เน้นการพัฒนาด้านความคิดหรือกระบวนการทางปัญญาที่ ช่วยให้ผู้รับสารมีความรู้ ความเข้าใจและมีทักษะในการรับ เลือก วิเคราะห์ ประเมิน แยกแยะ ตอบโต้แสดงความคิดเห็นต่อสื่ออย่าง มีเหตุผล รู้ถึงผลกระทบของเนื้อหาสื่อว่ามีผลต่อพฤติกรรมได้อย่างไร โดยหลักการจัดการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วยแนวความคิดที่ว่าเนื้อหาสื่อทั้งหลายถูกสร้างขึ้นมา โดยใช้กลวิธีต่างๆ ทำให้จดจำและเข้าใจตามที่สื่อต้องการ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ต่าง กัน ทำให้บุคคลอ่านเนื้อหาสื่อและรู้เท่าทันมากยิ่งขึ้นถึงค่านิยมและทัศนคติที่แฝงมากับสื่อ และต้องทำความเข้าใจที่ว่าเจตนาของเนื้อหา สื่อ คือ ผลประโยชน์และอำนาจ ทั้งนี้แนวคิดการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย การสร้างความตระหนักถึงผลกระทบจากสื่อ วิเคราะห์การกระทำจากการอ่านภาษาของสื่อ ไตร่ตรองและสะท้อนกลับต่อสื่อและปฏิบัติ การโต้ตอบหรือสนับสนุนยอมรับต่อสื่อ

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต ในระดับเชิงลึกของเยาวชนไทยจากสามองค์ประกอบหลัก” ผลการวิจัยพบว่า ความรู้และทักษะพื้นฐานระดับขั้นต้นอยู่ในช่วงคะแนน 60 – 69 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และเมื่อทำการทดสอบระดับความรู้และทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ จากสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับเชิงลึกหรือระดับสูงตามตัวชี้วัดต่างๆ จาก 3 องค์ประกอบหลัก ผลการทดสอบ ปรากฏว่า กลุ่มเยาวชนไทย ทำได้เพียงในเกณฑ์ “ปานกลาง” เท่านั้น ทั้งนี้เพราะการให้คำตอบจาก 3 ใน 4 กลุ่ม ยังไม่สามารถแสดงความรู้ด้วยการใช้เหตุผลและทักษะการคิดวิเคราะห์ ข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่บ่งบอกได้ถึงระดับความรู้และทักษะที่มีอยู่อย่างชัดเจนและครอบคลุมในระดับเชิงลึก โดยสามารถสรุปข้อเสนอ วิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต จาก 3 องค์ประกอบหลัก ได้ ดังนี้คือ 1) รูปแบบการสื่อสารหลัก เน้นการสื่อสารระหว่างบุคคล 2) กลยุทธ์การสื่อสารหลัก เน้นกิจกรรมฝึก ภาคปฏิบัติ 3) สื่อที่ใช้เป็นหลัก เน้นใช้สื่อบุคคล คือ ครู/อาจารย์

เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช (2558) ทำการวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม” ผลการวิจัยมีพบว่าด้านความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อ นักศึกษามีความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับปานกลาง และประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ภัทรศินี แสนสำแดง (2557) ศึกษาเรื่อง “ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่น ในจังหวัดสกลนคร” ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นในจังหวัดสกลนครมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งโครงสร้างของความรู้ แรงจูงใจในการตัดสินใจ หรือ จุดยืนส่วนบุคคล เครื่องมือในการประมวลข้อมูล และกระบวนการวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูล นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้สื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันของวัยรุ่นทั้ง 3 รูปแบบ คือ การดำเนินชีวิตประจำวันในครอบครัว พบว่า มีการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัว ผ่าน Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ ในระดับมาก ในขณะที่เดียวกัน การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัวลดลงในระดับมาก ส่วนการดำเนินชีวิตประจำวันในการเรียน พบว่า การใช้สื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้สะดวกสบายในการค้นคว้าหาความรู้เพื่อช่วยในการศึกษา ในระดับมากที่สุด มีการนำสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่มาใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าหาความรู้เพื่อช่วยในการศึกษาในระดับมาก และการค้นคว้าหาความรู้จากสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้เข้าใจเนื้อหาในบทเรียนมากขึ้น ในระดับมาก การดำเนินชีวิตประจำวันในการใช้เวลาว่างและการใช้สื่อมวลชน พบว่า มีการติดต่อสื่อสาร กับเพื่อนผ่าน Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ ในระดับมากที่สุด การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายความเครียดได้ในระดับมากที่สุด กิจกรรมยามว่างส่วนใหญ่คือการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ในระดับมาก และมีเพื่อนใหม่ที่รู้จักผ่านทาง Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรม สนทนาออนไลน์ ในระดับมาก

### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการศึกษาเอกสาร (document research) ศึกษาการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล จากกรณีศึกษาในต่างประเทศ จำนวน 6 กรณีศึกษา จาก 6 ประเทศ คือ

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา: The News Literacy Project (NLP)
2. ประเทศแคนาดา: The Ontario Media Literacy Curriculum
3. สหภาพยุโรป: European Association for Viewers Interests (EAMI)
4. ประเทศอินเดีย: The Peace Gong Media Literacy Programme
5. ประเทศออสเตรเลีย: SeeMe Media Literacy Project
6. ประเทศญี่ปุ่น: Digital Storytelling (DST) for Media Literacy

โดยเป็นรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary research) ในรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

- งานวิจัย และบทความวิจัยทั้งจากงานวิจัยในประเทศและงานวิจัยต่างประเทศ (academic research and articles)
- ข่าว คอลัมน์ การสัมภาษณ์บุคคล และบทความที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (news, interviews and articles)
- สื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ บล็อก และสื่อสังคม เช่น โปรแกรม facebook, twitter, instagram ของทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ (digital media and social media)
- สื่อประเภทอื่น ๆ ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง เช่น คลิปวิดีโอ สกู๊ปทางโทรทัศน์ วิทยุ และอื่นๆ (other relevant media)

โดยมีเว็บไซต์หลักของทั้ง 6 โครงการเป็นแหล่งข้อมูลหลัก ดังต่อไปนี้

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา: The News Literacy Project (NLP)  
<http://www.thenewsliteracyproject.org/>
2. ประเทศแคนาดา: The Ontario Media Literacy Curriculum  
[www.edu.gov.on.ca/eng/curriculum/elementary/language18currb.pdf](http://www.edu.gov.on.ca/eng/curriculum/elementary/language18currb.pdf)
3. สหภาพยุโรป: European Association for Viewers Interests (EAMI)  
<https://eavi.eu/>
4. ประเทศอินเดีย: The Peace Gong Media Literacy Programme  
<http://thepeacegong.org>
5. ประเทศออสเตรเลีย: SeeMe Media Literacy Project  
<http://seeme.org.au/>
6. ประเทศญี่ปุ่น: Digital Storytelling (DST) for Media Literacy  
<http://mediaconte.net>

หลังจากทำการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวม และอภิปรายผลการวิจัย เพื่อเสนอแนะแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชน จากกรณีศึกษาในต่างประเทศ จำนวน 6 กรณีศึกษา จาก 6 ประเทศ ดังต่อไปนี้

#### 4.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา: The News Literacy Project (NLP)



The News Literacy Project (NLP) หรือ โครงการรู้เท่าทันข่าว ([www.thenewsliteracyproject.org](http://www.thenewsliteracyproject.org) และ [www.facebook.com/TheNewsLiteracyProject](https://www.facebook.com/TheNewsLiteracyProject)) เป็นองค์กรเพื่อการศึกษาที่ไม่หวังผลกำไร มีงบประมาณในการดำเนินงานมาจากการบริจาค มีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากเรื่องแต่ง โดยมีเป้าหมายคือนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย อาศัยความร่วมมือกับครูและนักข่าว การรู้เท่าทันข่าวสารคือการรู้และตระหนักว่าข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไม่ได้ถูกผลิตขึ้นด้วยมาตรฐานเดียวกัน การรู้เท่าทันข่าวสารช่วยให้เด็ก ๆ รู้จักใช้มาตรฐานทางวารสารศาสตร์เพื่อเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณภาพและบอกได้ว่าข่าวสารนั้น ๆ ควรเชื่อถือหรือแชร์หรือไม่ หรือต้องปฏิบัติตนอย่างไรเมื่อได้รับข่าวสารต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของกฎหมายที่สืบเนื่องจากการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญครั้งที่ 1 (First Amendment) ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิเสรีภาพต่าง ๆ รวมทั้งสิทธิเสรีภาพและเงื่อนไขในการแสดงความคิดเห็น และเสรีภาพของสื่อมวลชนในสังคมประชาธิปไตย โดยเฉพาะในบทบาทของการเป็นสุนัขเฝ้าบ้าน เนื่องจากข่าวสารทุกวันนี้มาจากหลายหลากที่มาและมาในรูปแบบที่แตกต่าง ทำให้ยากที่จะบ่งบอกว่าข่าวใดเป็นข่าวแท้ ซึ่งหมายถึงเป็นข่าวที่ผ่านการค้นหาข้อเท็จจริงอย่างเป็นระบบ หรือข่าวใดเป็นเพียงข่าวที่มีเป้าหมายชักจูงใจ ขยายของ ชี้นำ หรือฉกฉวยโอกาส

โครงการ News Literacy Project มีความจำเป็นสำหรับการเสพข่าวในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะสำหรับเด็กและเยาวชน ดังที่ผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยแอสตนฟอร์ด เมื่อเดือนพฤศจิกายน ปี 2016 แสดงให้เห็นว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาและนักศึกษาระดับอุดมศึกษากว่า 7,800 คน จาก 12 มลรัฐ ไม่สามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่เข้ามาจากอุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์



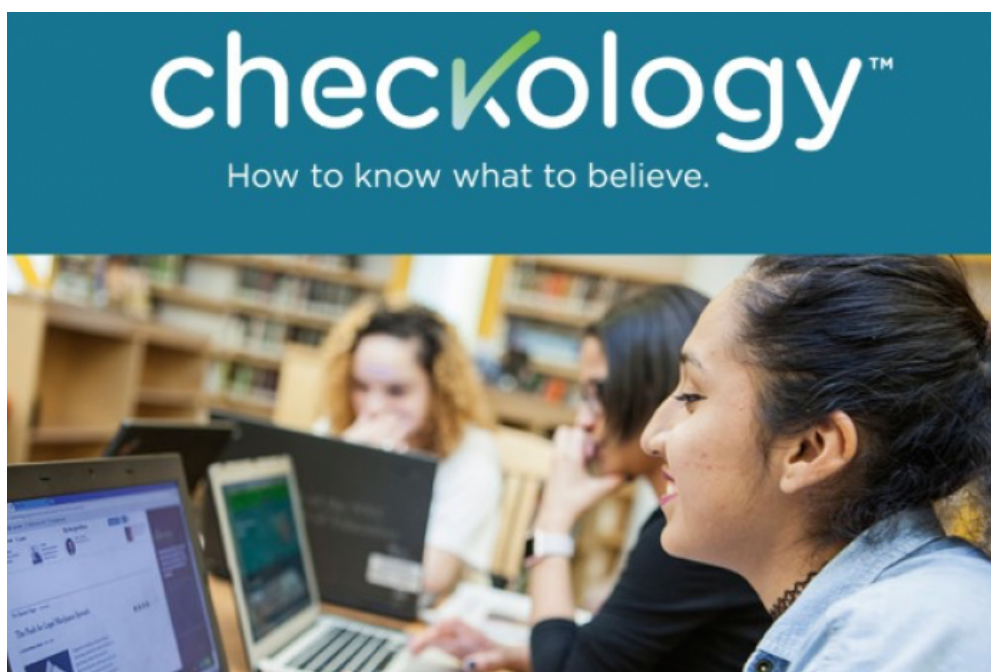
### หลักสูตรของ The News Literacy Project

The News Literacy Project จัดหลักสูตรการอบรมทั้งในเวลา นอกเวลาเรียน และ e-learning และจัดอบรมพัฒนาผู้สอนทั้งตัวต่อตัวและผ่านระบบออนไลน์ มีเป้าหมายเพื่อให้เด็ก ๆ สามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข่าวสารและข้อมูลได้ทั้งในฐานะนักเรียน ผู้บริโภค และพลเมือง ด้วยวิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์และเชื่อมโยงเด็ก ๆ กับนักข่าวที่มาแบ่งปันความรู้จากประสบการณ์ส่วนตัวและตัวอย่างจากข่าวในสื่อ โดยมีโครงการย่อยดังนี้

### หลักสูตรห้องเรียนออนไลน์ (Checkology™ Virtual Classroom)

เป็นการเรียนการสอนเกี่ยวกับการรู้เท่าทันข่าวสารที่บูรณาการเข้ากับรายวิชาต่าง ๆ เช่น ภาษาอังกฤษ สังคมศึกษา ประวัติศาสตร์ รัฐบาล มนุษยศาสตร์ หรือ วารสารศาสตร์ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นลิขสิทธิ์ขององค์กร ชื่อ Checkology™ Virtual Classroom (เริ่มใช้ในปี 2016) ซึ่งใช้เวลาประมาณ 4 สัปดาห์หรือ 15-20 ชั่วโมง หลักสูตรออนไลน์นี้เป็นการรวบรวมวิธีการเรียนการสอน e-learning มากมายที่พิสูจน์แล้วว่าได้ผลดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการควบคุมเวลา การปรับให้เหมาะสำหรับบุคคล (personalization) การผสมผสานและการเรียนรู้

จากประสบการณ์ การประเมินผลเพื่อการพัฒนา (rich formative assessment) การให้ความเห็นจากครูผู้สอน และการแก้ไขปัญหา (teacher feedback and remediation) การให้คะแนนและรางวัลในรูปแบบดิจิทัล (points and digital badges) นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่สำหรับการอภิปรายในชั้นเรียนเพื่อให้นักเรียนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นต่อผลงานที่ผลิตขึ้น การสะท้อนความคิดเกี่ยวกับคำถามประเด็นสำคัญ ๆ และริเริ่มประเด็นสนทนาของตนเองเกี่ยวกับหัวข้อข่าวและข้อมูลข่าวสารที่พบในชีวิตประจำวัน ซึ่งผลการดำเนินงานหลักสูตรห้องเรียนออนไลน์ Checkology™ Virtual Classroom พบว่ามีครูมากกว่า 11,700 คนจากทั้ง 50 รัฐ เขตปกครองพิเศษ District of Columbia, เขตดินแดนใต้การปกครองของอเมริกา 3 แห่ง และ 86 ประเทศ ที่ลงทะเบียนใช้หลักสูตรนี้ในการสอนนักเรียนมากกว่า 1.78 ล้านคน



### หลักสูตรนอกเวลาเรียน (After-School Program)

NLP มีหลักสูตรที่เรียนนอกเวลาเรียน ที่สามารถเรียนจบได้ใน 8-10 สัปดาห์ เริ่มต้นด้วยการปูพื้นฐานเกี่ยวกับแกนของการรู้เท่าทันข่าวสารของ NLP โดยเป็นการร่วมกันสอนโดยผู้สอนของ NLP ทีมงาน และนักข่าว ก่อนจะนำไปสู่การผลิตสื่อร่วมกันตามหัวข้อที่เลือกของนักเรียน มีนักข่าวเป็นผู้สอนทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อให้เด็กนำเสนอผลงานผ่านสิ่งพิมพ์ รายงานในรูปแบบภาพและเสียง หรือเว็บไซต์ โดยเป็นการนำเสนอต่อสาธารณะ มีผู้ปกครอง นักข่าว ร่วมชมด้วย

### หลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับนักเรียน (Student Workshops)

NLP สามารถออกแบบและอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ นักเรียนในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถสอนทั้งเนื้อหาและให้ประสบการณ์การเรียนรู้ที่สร้างความรู้เท่าทันข่าวสาร ซึ่งสามารถเน้นไปที่ประเด็นใดประเด็นหนึ่ง



เป็นหลักได้ โดยจะจบด้วยการให้นักเรียนทำรายงานที่สะท้อนถึงความเข้าใจหลักการสำคัญของการรู้เท่าทันข่าวสาร โดยการอบรมนี้อาจแค่ครึ่งวันหรือไปถึงหลายสัปดาห์ ขึ้นอยู่กับโจทย์ของแต่ละกรณี

### หลักสูตรพัฒนาผู้สอนมืออาชีพ (Professional Development)

NLP มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ให้กับโรงเรียน เขตการศึกษา หรือสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ตามโจทย์ที่ต้องการ โดยเป็นการอบรมเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ กลยุทธ์ วิธีการสอนและการใช้ทรัพยากรของ NLP ในการสอนและบูรณาการการรู้เท่าทันข่าวสารในรายวิชาที่สอน รวมทั้งมีการจัดอบรมออนไลน์ด้วย นอกจากนี้ ยังมีบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนการรู้เท่าทันข่าวสารด้วย

### ความสำเร็จ

สิ่งที่น่าสนใจสำหรับ NLP คือเป็นโครงการที่ริเริ่มโดยนักข่าว Alan Miller ซึ่งตอนนั้นทำงานเป็นนักข่าวสืบสวนของนสพ. Los Angeles Times ในปี 2006 ที่มีโอกาสไปบรรยายให้เด็กป.6 จำนวน 175 คนฟังเกี่ยวกับงานที่ทำอยู่ การได้รับผลตอบแทนที่นำไปสู่ความคิดที่ว่าประสบการณ์ของนักข่าวแบบนี้จะมีประโยชน์ในวงกว้าง พอปี 2008 Alan Miller ก่อตั้ง NLP เริ่มจากการเรียนการสอนในชั้นเรียน ในโรงเรียนแห่งหนึ่งในรัฐเมดิสัน และ ในกรุงนิวยอร์กอีก 2 โรงเรียน และจัดการเรียนการสอนนอกเวลาเรียนที่กรุงนิวยอร์ก ก่อนจะขยายไปสู่รัฐอื่นเพียงปีแรก NLP สอนเด็กไปแล้วกว่า 25,000 คน กว่า 250 โรงเรียน นักข่าวอาสาจากองค์การสื่อที่เข้าร่วมโครงการ 33 องค์กร สอนไปมากกว่า 700 บทเรียนทั้งเดินทางไปสอนด้วยตนเองและสอนผ่านระบบทางไกล ในปี 2016 NLP เปิดตัว checkology™ ห้องเรียนเสมือนจริงผ่านระบบออนไลน์ ช่วยให้สามารถเข้าถึงนักเรียนได้ทั้งในห้องเรียน หลังเลิกเรียน และห้องสมุด checkology™ ผสมผสานคุณลักษณะของ e-learning ทั้งในเรื่องการควบคุมเวลาของผู้ใช้งาน การเรียนรู้จากประสบการณ์ การจัดรูปแบบตามความพอใจผู้ใช้งาน (personalization) ฯลฯ มีการใช้คะแนนและโล่รางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจและเป็นรางวัลในการผ่านทักษะใหม่ ๆ และยังมีห้องอภิปรายไว้ให้เด็ก ๆ ได้แบ่งปันและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานที่เพื่อน ๆ ทำ ได้ทบทวนคำถามสำคัญของบทเรียน และรู้จักริเริ่มบทสนทนาเกี่ยวกับข่าวและข้อมูลข่าวสารที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน ในเดือนมกราคม 2017 มีครูมากกว่า 2,000 คนใน 50 รัฐ รวม Washington D.C. ที่ลงทะเบียนใช้ checkology™ ในชั้นเรียน มีนักเรียนเกือบ 220,000 คน

ผู้สอนในห้องเรียนเสมือนจริงประกอบด้วยนักข่าวจาก BuzzFeed, Bloomberg, the Chicago Sun-Times, NBC News, The New York Times, The Wall Street Journal และ The Washington Post ร่วมด้วยผู้เชี่ยวชาญกฎหมาย First Amendment และสื่อดิจิทัล แก่นของหลักสูตรมีความสอดคล้องกับทักษะการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วยบทเรียนแบบ interactive 12 บท ใน 4 โมดูล ที่ประกอบด้วยเสาหลัก 4 ประการ ได้แก่

1. ความสามารถในการคัดกรองข้อมูลข่าวสารเป็นทักษะสำคัญสำหรับทั้งนักข่าวและผู้บริโภค
2. กฎหมาย First Amendment และเสรีภาพของสื่อเป็นหัวใจของประชาธิปไตยของคนอเมริกัน
3. ระบบนิเวศของข้อมูลและข่าวสารในปัจจุบันทำให้เกิดความท้าทายและโอกาสที่ยิ่งใหญ่
4. การมีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานของวารสารศาสตร์ที่มีคุณภาพเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับนักเรียนทั้งในฐานะผู้บริโภคและในฐานะพลเมือง

ทั้ง 4 โมดูลนี้ เน้น social media และสื่อดิจิทัลอื่น ๆ เน้นหัวข้อเช่น การบ่งชี้และประเมินข่าวไวรัล บทบาทของ algorithms ต่อการนำเสนอข่าวหรือข้อมูลตามความสนใจหรือความต้องการของผู้ใช้งาน จริยธรรมของเนื้อหาสื่อของ แปรนด์ ใช้เวลาเรียน 15-20 ชั่วโมง แต่ต้องใช้เวลาเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถและตารางเรียนของเด็กได้

ผลประเมินโครงการพบว่าในปีการศึกษา 2015-16 เด็กมีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่ดีขึ้น และส่วนใหญ่รู้และเข้าใจใน First Amendment ตลอดจนบทบาทการทำหน้าที่เป็นสุนัขเฝ้าบ้านของสื่อในระบอบ

ประชาธิปไตยมากขึ้น ขึ้นขบวนการศาสตร์ที่มีคุณภาพและแยกแยะข่าวคุณภาพออกจากข่าวไร้คุณภาพได้ ได้เรียนรู้คุณค่าของความเป็นนักข่าวอาชีพ รู้จักหาข่าวเพื่อเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับชุมชน ประเทศและโลก รู้จักใช้ความเป็นพลเมือง เคารพและใส่ใจชุมชนออนไลน์ และมีแนวโน้มว่าจะปฏิบัติหน้าที่พลเมืองด้วยการตรวจสอบข้อผิดพลาดในรายงานข่าวหรือโพสต์เรื่องเกี่ยวกับสังคมหรือการเมืองที่ตนสนใจมากขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมากขึ้นเมื่ออายุถึงเกณฑ์

การที่ NLP เป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จ นอกจากผลงานด้านการศึกษาแล้ว การประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือข่าวสารของโครงการอย่างสม่ำเสมอก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรม/โครงการร่วมสำหรับการรณรงค์ประเด็นที่ทันสมัย เช่น การร่วมมือกับ J. Walter Thompson เพื่อแก้ปัญหา ข่าวลวงข่าวหลอกหรือ fake news มีการผลิตสื่อเผยแพร่ทางยูทูป และ Vimeo ด้วย และเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ NLP มีเพจทาง Facebook และ Twitter เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึง

## 4.2 ประเทศแคนาดา: The Ontario Media Literacy Curriculum

ประเทศแคนาดา เป็นประเทศที่มีการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่ออย่างจริงจังและเข้มแข็ง มีความโดดเด่นจนสามารถกลายเป็นมาตรฐานระดับสากล ซึ่งหนึ่งในโครงการที่สำคัญคือ โครงการการบูรณาการการสอนเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับ ตามกฎหมายของแคว้นออนแทรีโอ

### การพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับ

รัฐออนแทรีโอของแคนาดา ซึ่งมีประชากรมากกว่า 1 ใน 3 ของประเทศ เป็นแห่งแรกในโลกที่บรรจุการเรียนรู้เท่าทันสื่อเข้าไว้ในการศึกษาภาคบังคับ ตั้งแต่ปี 1987 โดยกำหนดให้มีการเรียนการสอนการเรียนรู้เท่าทันสื่อที่พัฒนาขึ้นโดย Association for Media Literacy (AML) ด้วยสัดส่วน 1 ใน 10 ของการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับเกรด 7-8 (อายุ 12-14 ปี) และเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 ของวิชาภาษาอังกฤษสำหรับเกรด 9-10 (อายุ 14-16 ปี) และเกรด 11-12 (อายุ 16-18 ปี) ต่อมาในปี 1995 การศึกษาเรื่องสื่อถูกบรรจุเข้าไว้ในนโยบายหลักสูตรการศึกษาสามัญของรัฐออนแทรีโอ สำหรับเกรด 1-8 (อายุ 6-14) ปี และได้ปรับปรุงหลักสูตรภาษาอังกฤษของระดับมัธยมศึกษา เกรด 9-10 ในปี 1999 และเกรด 11 และ 12 ในปี 2001 และ 2002 ตามลำดับ โดยสี่สาขาของหลักสูตรภาษาอังกฤษระดับมัธยมศึกษาที่ปรับปรุงใหม่คือ (1) วรรณคดีศึกษาและการอ่าน (2) การเขียน (3) หลักภาษา และ (4) สื่อศึกษา (Media Studies) ซึ่งหลักสูตรสาขาสื่อศึกษานี้ประกอบด้วย การเรียนการสอนทักษะการคิดเชิงวิพากษ์และคิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 4 ของเป้าหมายของการศึกษา เท่ากับสาขาอื่นๆ นอกจากนี้ การศึกษาเรื่องของสื่อยังถูกบูรณาการเข้ากับอีก 3 ด้านของหลักสูตรอีกด้วย นอกจากนี้ สำหรับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (เกรด 11-12) ยังมีรายวิชาสื่อศึกษาที่เป็นวิชาเลือกอีกด้วย ซึ่งเป็นวิชาที่เกี่ยวกับการศึกษาตัวบท ผู้รับสื่อ และการผลิตสื่อ วิชาเลือกอื่น ๆ เช่นรายวิชาวรรณกรรมแคนาดา ศิลปะการเขียนและการรู้หนังสือ ก็มีกำหนดวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับสื่อด้วยเช่นกัน นอกจากหลักสูตรภาษาอังกฤษแล้ว ยังมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสื่อในหลักสูตรของสาขาอื่นๆในรัฐออนแทรีโอ อีกด้วย เช่น สุขศึกษาและพลศึกษา (health and physical education) ภูมิศาสตร์ และประวัติศาสตร์

ในปี 2006 รัฐออนแทรีโอได้ปรับปรุงหลักสูตรภาษาสำหรับนักเรียนระดับประถม (Grades 1-8) ซึ่งเพิ่มสาขา การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เข้าไปเพิ่มเป็นสาขาใหม่ที่ 4 จากเดิมที่มี 3 สาขา คือ (1) การสื่อสารด้วยการพูด (Oral communication) (2) การอ่าน (3) การเขียน โดยกำหนดให้ครูผู้สอนต้องสามารถ “ออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทยความคาดหวังของแต่ละสาขาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริงและให้นักเรียนเข้าใจว่าทั้ง 4 สาขานี้มีความเชื่อมโยงและส่งเสริมกันและกันอย่างไร”

## GRADE 1 | MEDIA LITERACY

### OVERALL EXPECTATIONS

By the end of Grade 1, students will:

1. demonstrate an understanding of a variety of media texts;
2. identify some media forms and explain how the conventions and techniques associated with them are used to create meaning;
3. create a variety of media texts for different purposes and audiences, using appropriate forms, conventions, and techniques;
4. reflect on and identify their strengths as media interpreters and creators, areas for improvement, and the strategies they found most helpful in understanding and creating media texts.

นอกจากนี้ รัฐออนแทรีโอยังได้ปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาของนักเรียนชั้นอนุบาลในปี 2006 ที่กำหนดวัตถุประสงค์ให้เด็ก “เริ่มที่จะตอบสนองอย่างวิพากษ์กับสื่อแอนิเมชัน สื่อสารความคิดของตนเองทางวันภาษา และอวัจนภาษาเกี่ยวกับสื่อต่างๆที่หลากหลาย และรับชมและรับฟังสื่อที่หลากหลายและสามารถตอบสนองต่อสื่อเหล่านั้นได้ในเชิงวิพากษ์”

ความสำเร็จของรัฐออนแทรีโอในการสามารถบรรลุหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับ ได้ส่งผลให้รัฐอื่นๆอีก 9 รัฐ ผลักดันนโยบายการบรรลุหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับของรัฐตนเองได้สำเร็จเช่นกัน

### ตัวอย่างเนื้อหาของนโยบายสาขาความรู้เท่าทันสื่อของหลักสูตรภาษา ในการศึกษาชั้นประถมศึกษา (เกรด 1-8) ของรัฐออนแทรีโอ

การรู้เท่าทันสื่อคือผลที่ได้จากการศึกษาศิลปะและการใช้ข้อความในรูปแบบต่าง ๆ ของตัวบทของสื่อ (Media texts) ซึ่งประกอบด้วยผลงาน วัตถุ หรือเหตุการณ์ที่สื่อสารความหมายสู่ผู้รับ ตัวบทของสื่อส่วนใหญ่อยู่ในรูปของคำพูด กราฟิก เสียง หรือภาพ ในสื่อสิ่งพิมพ์ คำพูด ภาพ หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่สื่อสารข้อมูลและความคิดไปยังผู้รับ การรู้เท่าทันสื่อเน้นการประกอบสร้างความหมายผ่านภาษาของสื่อที่มีความหลากหลาย ทั้งภาพ เสียง กราฟิก และคำพูด การใช้ความคิดเชิงวิพากษ์จึงเป็นหัวใจสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์และเนื้อหาสื่อ ต่างจากการรู้หนังสือเน้นที่การทำความเข้าใจความหมายของตัวหนังสือ สำหรับการรู้เท่าทันสื่อเน้นความเข้าใจว่าเนื้อหาของสื่อถูกประกอบสร้างขึ้นอย่างไรและเพราะเหตุใดช่วยให้นักเรียนสามารถตอบสนองได้อย่างชาญฉลาดและมีความรับผิดชอบ แยกแยะได้ว่าอะไรคือข้อเท็จจริง อะไรคือความคิดเห็น ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาของเนื้อหาสื่อได้ บ่งบอกอคติได้ และใส่ใจกับการนำเสนอภาพคนทั้งปัจเจกและกลุ่ม

รวมทั้งผู้หญิงและคนกลุ่มน้อย และตั้งคำถามการนำเสนอภาพความรุนแรงและอาชญากรรม ในภาพรวมความคาดหวังคือเพื่อให้นักเรียนสามารถ

1. แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจตัวของสื่อที่มาในรูปแบบต่าง ๆ
2. ระบุรูปแบบของสื่อและอธิบายธรรมเนียมปฏิบัติและเทคนิคที่สื่อใช้ได้
3. สร้างเนื้อหาสื่อได้หลากหลายรูปแบบเพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และผู้รับสื่อ โดยใช้รูปแบบ ธรรมเนียมปฏิบัติและเทคนิคที่เหมาะสม
4. สามารถสะท้อนความคิดและบ่งบอกได้ว่าผลงานที่ผลิตมีข้อดีหรือส่วนที่ควรปรับปรุงอะไรบ้าง และกลยุทธ์ที่คิดว่าดีที่สุดในการทำความเข้าใจและสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อ

สาขาการรู้เท่าทันสื่อมุ่งเน้นการช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำความเข้าใจ การผลิต และการตีความหมายเชิงวิพากษ์ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่เจาะจงเฉพาะระดับชั้นเรียน โดยครูต้องใช้วิจารณญาณแห่งวิชาชีพเพื่อตัดสินใจว่าจะให้นักเรียนศึกษารูปแบบสื่อและกรณีศึกษาในแต่ละชั้นเรียนตรงตามความต้องการของเด็กในห้องเรียน

เกณฑ์การประเมินผลการเรียนการสอนสาขาความรู้เท่าทันสื่อ สำหรับระดับประถมศึกษา (เกรด 1-8)

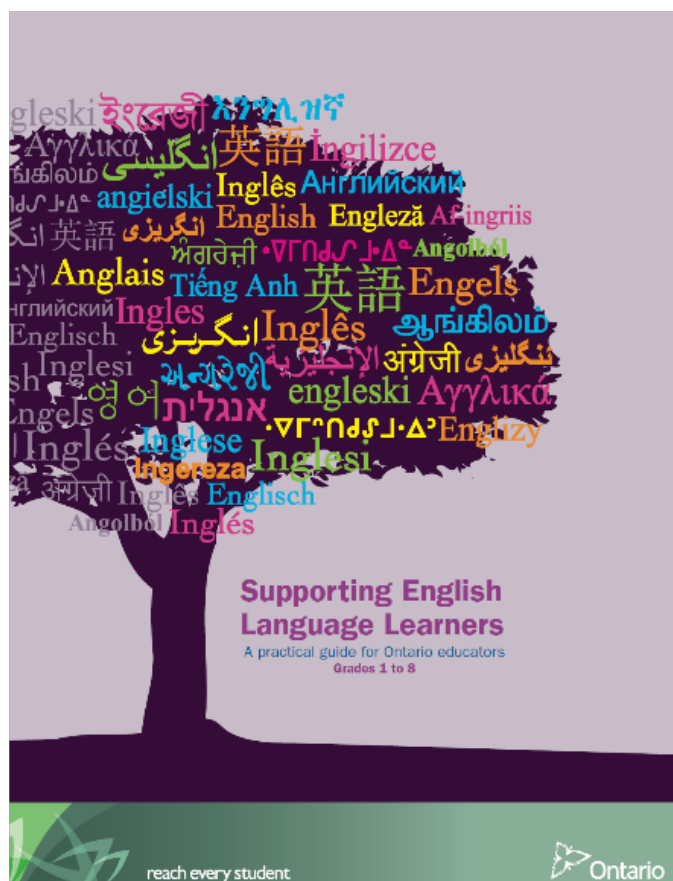
**ACHIEVEMENT CHART – LANGUAGE, GRADES 1–8**

Categories	Level 1	Level 2	Level 3	Level 4
<b>Knowledge and Understanding</b> – Subject-specific content acquired in each grade (knowledge), and the comprehension of its meaning and significance (understanding)				
	The student:			
<b>Knowledge of content</b> (e.g., forms of text; strategies associated with reading, writing, speaking, and listening; elements of style; terminology; conventions)	demonstrates limited knowledge of content	demonstrates some knowledge of content	demonstrates considerable knowledge of content	demonstrates thorough knowledge of content
<b>Understanding of content</b> (e.g., concepts; ideas; opinions; relationships among facts, ideas, concepts, themes)	demonstrates limited understanding of content	demonstrates some understanding of content	demonstrates considerable understanding of content	demonstrates thorough understanding of content
<b>Thinking</b> – The use of critical and creative thinking skills and/or processes				
	The student:			
<b>Use of planning skills</b> (e.g., generating ideas, gathering information, focusing research, organizing information)	uses planning skills with limited effectiveness	uses planning skills with some effectiveness	uses planning skills with considerable effectiveness	uses planning skills with a high degree of effectiveness
<b>Use of processing skills</b> (e.g., making inferences, interpreting, analysing, detecting bias, synthesizing, evaluating, forming conclusions)	uses processing skills with limited effectiveness	uses processing skills with some effectiveness	uses processing skills with considerable effectiveness	uses processing skills with a high degree of effectiveness

เกณฑ์การประเมินผลการเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วยด้านต่าง ๆ คือ (1) ความรู้และความเข้าใจ (2) ความคิด (เช่น ทักษะการวางแผน ริเริ่มความคิด รวบรวมข้อมูล) และกระบวนการประมวลผล (การสรุป ตีความ วิเคราะห์ หาคติที่แฝงอยู่ สรุป) และการใช้ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (3) การสื่อสาร (ทุกรูปแบบ รวมทั้งผ่านสื่อ) (4) การประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะในบริบทใหม่ (การเชื่อมโยงระหว่างบริบท เช่นระหว่างเนื้อหากับประสบการณ์ส่วนตัว เนื้อหาอื่น หรือโลกภายนอกห้องเรียน หรือกับศาสตร์อื่น) ในหลักสูตรมีการจัดทำตารางความสำเร็จ (Achievement Chart) โดยแบ่งประเภทความสำเร็จออกเป็นด้านต่าง ๆ ตามตัวบ่งชี้ในเกณฑ์การประเมิน เช่น ด้านความรู้ในเนื้อหา ความเข้าใจในเนื้อหา การวางแผนความคิด ฯลฯ แต่และด้านแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ตามความยากง่ายที่แตกต่างกันในแต่ละเกรด

จากตารางจะเห็นได้ว่าความรู้ ความเข้าใจ และทักษะทุกด้านที่ต้องการบรรลุจะถูกพัฒนาขึ้นอย่างเป็นลำดับตั้งแต่เกรด 1 ซึ่งเมื่อถึงเกรด 8 คือจบหลักสูตร ก็จะได้นักเรียนที่มีคุณลักษณะตามความคาดหวังของ

หลักสูตรทั้งนี้ ในเล่มหลักสูตรจะบอกอย่างละเอียดสำหรับแต่ละความคาดหวังว่าต้องทำอะไร ครูควรกระตุ้นอย่างไร เช่น ในด้านวิปฏิบัติและเทคนิค กำหนดให้เด็กสามารถระบุ วิธีการและเทคนิคที่ใช้ เช่น การใช้ดนตรีเพื่อบ่งบอกการเปลี่ยนฉากและอารมณ์ในหนังสือภาพ โดยครูอาจกระตุ้นด้วยคำถาม “ดนตรีช่วยให้คนอ่านเข้าใจหนังสือได้อย่างไร”



### ข้อสังเกตเกี่ยวกับการเรียนการสอนความรู้เท่าทันสื่อในประเทศแคนาดา

- แต่ละรัฐของแคนาดาจะมีกระทรวงศึกษาธิการของตัวเองดูแลการศึกษาภายในรัฐ
- การเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษที่แคนาดา นักเรียนมีภูมิหลังที่หลากหลายทั้งเด็กชาวแคนาดาเดียนที่พูดอังกฤษ และ ฝรั่งเศส และเด็กจากต่างประเทศ ครูต้องเข้าใจความหลากหลายนี้และใช้ให้เป็นประโยชน์
- ในหลักสูตร (ซึ่งรวมถึงสาขาการรู้เท่าทันสื่อ) มีการจัดทำคู่มือการเรียนการสอนให้ครู และทรัพยากรอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการเรียนการสอนอย่างเพียงพอ
- หลักสูตรเขียนโดยให้ความยืดหยุ่นครูในการออกแบบบทเรียนให้เหมาะสมกับนักเรียน
- หลักสูตรครอบคลุมถึงข้อกำหนดสำหรับเด็กที่มีความต้องการพิเศษที่อาจแตกต่างไปจากการบรรลุเป้าหมายตามที่ระบุ แต่ได้ให้แนวทางผู้สอนไว้ชัดเจนว่าในการปรับบทเรียนต้องออกแบบให้มีเป้าหมายที่ชัดเจน ประเมินและวัดผลได้ ฯลฯ



- ในภาพรวม 1 ใน 3 ของรายวิชาภาษาอังกฤษทั้งในระดับ intermediate และ senior ต้องสอนเรื่องสื่อ เกรด 7 และ 8 (12 และ 13 ปี) ร้อยละ 10 ของเวลาเรียนในชั้นเรียนต้องเกี่ยวกับสื่อ
- นักเรียนเลือกได้ว่าจะเรียนสื่อศึกษาเป็นวิชาเลือกแยกออกมา หรือเป็นสาขาหนึ่งในหลักสูตรภาษาอังกฤษก็ได้ สำหรับระดับมัธยม

### ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการผลักดันความรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับของรัฐออนแทรีโอ

กระทรวงศึกษาธิการของรัฐออนแทรีโอ ตัดสินใจบรรจุการเรียนรู้เท่าทันสื่อให้เป็นวิชาบังคับเนื่องจาก

1. ประชาชนหลายกลุ่มมีความกังวลเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่เน้นความรุนแรงและภาพลามกอนาจารจำนวนมาก และกดดันให้ระบบของโรงเรียนดำเนินการอย่างสร้างสรรค์เกี่ยวกับประเด็นนี้
2. กลุ่มผู้ปกครองที่มีความกังวลจากการที่ลูก ๆ ดูโทรทัศน์มากขึ้น ยืนยันให้โรงเรียนต้องแสดงความรับผิดชอบในการสอนทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อ

ในขณะเดียวกัน มีการร่างหลักสูตรภาษาอังกฤษใหม่ มีการไปสำรวจการเรียนการสอนและพบว่าสัดส่วนน้อยมากที่สอนเรื่องรู้เท่าทันสื่อ แต่ครูมากกว่าร้อยละ 80 บอกว่าจะสอนถ้ามีทรัพยากรและการอบรมที่เพียงพอ กลุ่มรณรงค์ที่มีทั้งสมาพันธ์ครู สมาคมความรู้เท่าทันสื่อ (Association for Media Literacy หรือ AML) และกลุ่มครูผู้ปกครองส่งเรื่องไปยังกระทรวงเพื่อขอให้บรรจุการเรียนรู้เท่าทันสื่อเป็นวิชาหลักลงในหลักสูตรของโรงเรียน ซึ่ง AML ถือเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการผลักดันการศึกษาเรื่องสื่อในรัฐออนแทรีโอ ในปี 1986 กระทรวงศึกษาธิการของรัฐออนแทรีโอ และสมาพันธ์ครู เชิญสมาชิก AML มาช่วยการทำคู่มือการสอนความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy Resource Guide) สำหรับครู โดยรัฐบาลเป็นผู้จัดพิมพ์ คู่มือฉบับนี้ออกแบบเพื่อช่วยครูในเรื่องของกลยุทธ์แบบรูปแบบการสอน ตลอดจนให้เหตุผลและเป้าหมายที่ต้องการบรรลุ นอกจากนี้ในคู่มือมีไอเดียกิจกรรมการเรียนการสอนในห้องเรียนในด้านทีวี ภาพยนตร์ วิทยู เพลงป๊อป มิวสิควิดีโอ เพลงร็อค ภาพถ่าย สิ่งพิมพ์ และการศึกษาข้ามสื่อ (Cross-Media Studies – โฆษณา เพศ ความรุนแรง อัตลักษณ์ของชาวแคนาดา และชาว) ซึ่งก่อนคู่มือจะเสร็จก็ได้มีการปล่อยวิดีโอที่จัดทำโดย AML เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อเพื่อให้ครูดูด้วย นอกจากนี้ กระทรวงฯ ยังได้ระดมคนของ AML ที่เป็นผู้เขียนคู่มือมาช่วยฝึกอบรมครูในโรงเรียนทั่วประเทศเตรียมรับหลักสูตรใหม่ที่มีสาขาการเรียนรู้เท่าทันสื่ออีกด้วย

การเรียนการสอนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของรัฐออนแทรีโอ มีเป้าหมายเพื่อให้เพิ่มความเข้าใจและความเพลิดเพลินให้กับนักเรียนเกี่ยวกับการทำงานของสื่อ การสร้างความหมาย และจัดระเบียบ และการประกอบสร้างความจริงของสื่อ และเพื่อให้นักเรียนผลิตสื่อเป็น โดยถือว่าการศึกษาสื่อเป็นเรื่องทักษะในการดำรงชีวิต และความสำเร็จต้องวัดจากพฤติกรรมของเด็กเมื่อเรียนจบไปแล้ว นอกจากนี้ ยังพบว่า AML ได้มีการดำเนินการเพื่อช่วยเหลือครูให้สามารถนำเนื้อหาและทรัพยากรการเรียนการสอนไปใช้ได้โดยไม่ต้องกังวลเรื่องลิขสิทธิ์ ด้วยการผลักดันให้กฎหมายลิขสิทธิ์ให้สิทธิแก่ครู โดยเพิ่มวรรคที่เกี่ยวข้องกับความชอบธรรมในการใช้ผลงานลิขสิทธิ์เพื่อให้

ครูสามารถเปิดบางส่วนของรายการโทรทัศน์ให้เด็กดูในห้องเรียนได้โดยอิสระ นอกจากนี้ AML ยังมีบทบาทในการกระตุ้นพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่อง

นอกจาก AML แล้ว กลุ่มนักวิชาชีพสื่อก็มีส่วนร่วมที่สำคัญในการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อด้วย เช่น ครูสามารถใช้ภาพยนตร์ สัมผัสเป็นสมาชิกจดหมายข่าว และเข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการของ National Film Board of Canada (NFB) ได้ และ NFB ก็เป็นผู้ผลิตวิดีโอให้ครูไปใช้สอนด้วย Canadian Broadcasting Corporation's (CBC) ก็ช่วยผลิตชุดวิดีโอ 6 ตอนเกี่ยวกับสารคดี ข่าว รายการเด็ก ละคร ผู้บริโภค ของโทรทัศน์ และการเข้าใจโทรทัศน์ในฐานะสื่อที่มีความงามทางศิลปะอีกด้วย นอกจากนี้ สถานีโทรทัศน์ YTV ของเมืองโตรอนโต ร่วมกับ AML ผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในรายการของตนที่ออกอากาศทุกสัปดาห์ด้วย และ สถานีโทรทัศน์ CITY TV ของโตรอนโตก็มีรายการรายสัปดาห์เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อที่ชื่อ Media Television ที่นำเสนอการวิเคราะห์สื่อมวลชนผ่านหลากหลายมิติ ในขณะที่รายการ MuchMusic ที่ออกอากาศทั่วประเทศก็นำบทเรียนรู้เท่าทันสื่อขึ้นเว็บสำหรับรายการหลายรายการของสถานีอีกด้วย นอกจากนี้ ยังมีองค์กรและหน่วยงานอื่นๆ ที่ร่วมกันผลิตสื่อสำหรับการรู้เท่าทันสื่อ เช่น The Alliance for Children and Television ร่วมมือกับ Health Canada สถานี Media Awareness Network จึงเห็นได้ว่าการผลักดันเรื่องความรู้เท่าทันสื่อในแคนาดาประสบความสำเร็จได้จากความร่วมมือของหลายภาคส่วน ทั้งกลุ่มองค์กรเพื่อสาธารณะที่ขับเคลื่อนด้านการรู้เท่าทันสื่อ สมาคมครูและผู้ปกครอง และองค์กรสื่อวิชาชีพต่างๆ ที่เห็นความสำคัญของเรื่องนี้

#### 4.3 สหภาพยุโรป: European Association for Viewers Interests (EAVI)

สหภาพยุโรป มีการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในระดับภูมิภาคยุโรป โดยมีองค์กรที่สำคัญคือ European Association for Viewers Interests (EAVI) (<https://eavi.eu>) โดย EAVI เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (non-profit organization) ระดับนานาชาติ จัดทะเบียนก่อตั้งในกรุงบรัสเซลส์ ได้รับการสนับสนุนและทำงานให้กับ Alliance of Civilisations ของสหประชาชาติ the Council of Europe และ UNESCO และมีการร่วมมือกับภาคประชาสังคม สื่อ นักวิชาการ องค์กรสาธารณะ และองค์กรเด็กและเยาวชน ทั่วยุโรป EAVI เพื่อส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อและการเป็นพลเมือง และให้การสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการอ่าน เขียนและมีส่วนร่วมของพลเมืองผ่านสื่อเนื่องจากการเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมของยุโรปต้องอาศัยทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ การส่งเสริมให้คนยุโรปเป็นผู้ใช้สื่อที่มีความรับผิดชอบ นำไปสู่สังคมที่แข็งแรง เป็นประชาธิปไตย และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประเด็นหลัก (theme) ของ EAVI คือ “ความรู้เท่าทันสื่อเพื่อความเป็นพลเมือง” (Media Literacy for Citizenship) โดยส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลิตผลงาน บทความ เนื้อหาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ เป็นผู้จัดงานเสวนาและกิจกรรมต่าง ๆ โดยใช้สื่อที่หลากหลายและครอบคลุม นำเสนอในประเด็นเดียวกันทั้งหมด ทำให้จดจำได้ง่าย

2. เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มประเทศยุโรป และเครือข่าย
3. เป็นผู้ริเริ่ม ประสานงานและผลักดันให้เกิดนโยบายสนับสนุนความรู้เท่าทันสื่อภายในสมาชิกสหภาพยุโรป
4. มีการวัดระดับความรู้เท่าทันสื่อของคนในยุโรปอย่างสม่ำเสมอ

จุดเด่นของ EAVI คือการมีกิจกรรม ข่าวสาร คอนเทนต์ อย่างต่อเนื่อง และ อัปเดต มีการร่วมมือและประสานงานกับเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ และทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของพลเมืองในยุโรปทั้งหมด ด้วยการผลักดันนโยบาย จัดงานประชุมวิชาการ สร้างเครือข่าย ทำวิจัย จัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ จัดทำแนวทางการปฏิบัติและเนื้อหาออนไลน์เพื่อให้ความรู้แก่เยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และเป็นตัวแทนของคณะกรรมการการยุโรป (European Commission) ในการศึกษาและประเมินระดับความรู้เท่าทันสื่อ โดย EAVI ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญระดับชาติที่มาจากหลายประเทศและใช้หลายภาษา วัตถุประสงค์ของ EAVI ได้แก่ การส่งเสริมการเป็นพลเมืองที่สมบูรณ์และการรู้เท่าทันสื่อ การพัฒนาและเผยแพร่ข้อควรปฏิบัติในการใช้สื่อ และการส่งผ่านความสนใจของพลเมืองด้วยการตั้งสถาบันต่าง ๆ ใน EU เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสื่อ ผลงานและโครงการที่ริเริ่ม ได้แก่

1. การ์ตูนชุด “A Journey to Media Literacy”
2. กิจกรรมค่าย EAVI BarCamp (การใช้สื่อ) สำหรับเยาวชน
3. ผลิตรายการโทรทัศน์ Cinelmotion ใน Latin America
4. โครงการรณรงค์ให้มีการเรียนการสอนรู้เท่าทันสื่อในโรงเรียน
5. ผลักดันนโยบายให้การรู้เท่าทันสื่อเป็นวาระของสหภาพยุโรป

นอกจากนี้ EAVI ยังให้คำปรึกษาต่อสาธารณะ (Public Consultations) ในด้านการรู้เท่าทันสื่อด้วย

# BEYOND 'FAKE NEWS'

## 10 TYPES OF MISLEADING NEWS

<b>propaganda</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>adopted by governments, corporations and non-profits to manage attitudes, values and knowledge</li> <li>appeals to emotions</li> <li>can be beneficial or harmful</li> </ul>	<b>partisan</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>ideological and includes interpretation of facts but may claim to be impartial</li> <li>privileges facts that conform to the narrative whilst forgoing others</li> <li>emotional and passionate language</li> </ul>	<b>IMPACT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>neutral</li> <li>low</li> <li>medium</li> <li>high</li> </ul> <b>MOTIVATION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>money</li> <li>politics/power</li> <li>humour/fun</li> <li>passion</li> <li>(mis)inform</li> </ul>
<b>clickbait</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>eye catching, sensational headlines designed to distract</li> <li>often misleading and content may not reflect headline</li> <li>drives ad revenue</li> </ul>	<b>conspiracy theory</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>tries to explain simply complex realities as response to fear or uncertainty</li> <li>not falsifiable and evidence that refutes the conspiracy is regarded as further proof of the conspiracy</li> <li>rejects experts and authority</li> </ul>	
<b>sponsored content</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>advertising made to look like editorial</li> <li>potential conflict of interest for genuine news organisations</li> <li>consumers might not identify content as advertising if it is not clearly labeled</li> </ul>	<b>pseudoscience</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>purveyors of greenwashing, miracle cures, anti-vaccination and climate change denial</li> <li>misrepresents real scientific studies with exaggerated or false claims</li> <li>often contradicts experts</li> </ul>	
<b>satire and hoax</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>social commentary or humour</li> <li>varies widely in quality and intended meaning may not be apparent</li> <li>can embarrass people who confuse the content as true</li> </ul>	<b>misinformation</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>includes a mix of factual, false or partly-false content</li> <li>intention can be to inform but author may not be aware the content is false</li> <li>false attributions, doctored content and misleading headlines</li> </ul>	
<b>error</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>established news organisations sometimes make mistakes</li> <li>mistakes can hurt the brand, offend or result in litigation</li> <li>reputable orgs publish apologies</li> </ul>	<b>bogus</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>entirely fabricated content spread intentionally to disinform</li> <li>guerrilla marketing tactics; bots, comments and counterfeit branding</li> <li>motivated by ad revenue, political influence or both</li> </ul>	
<b>DIG DEEPER...</b>		
<b>false attribution</b> authentic images, video or quotes are attributed to the wrong events or person	<b>misleading</b> content does not represent what the headline and captions suggest	
<b>counterfeit</b> websites and Twitter accounts that pose as a well-known brand or person	<b>doctored content</b> content, such as statistics, graphs, photos and video have been modified or doctored	

N.B. The impact and motivation assignments are not definitive and should just be used as a guide for discussion

**eavi**  
 MEDIA LITERACY  
 for CITIZENSHIP  
 www.eavi.eu



### โครงการภาพยนตร์การ์ตูนชุด A Journey to Media Literacy

เป็นการ์ตูนสั้นที่สนุก เรียบง่าย และเข้าใจง่าย มี 3 ตอน แต่ละตอนเน้นมิติของสื่อแต่ละด้าน ได้รับการแปลถึง 20 ภาษา นอกจากในเว็บไซต์ของ EAVI แล้วยังดูได้ทาง YouTube ซึ่งมียอดการเข้าชมหลายพันครั้ง และถูกนำไปใช้ในการศึกษาและการอบรมด้วย

เนื้อหาของการ์ตูนแต่ละตอนเน้นแคมิติดีเกี่ยวกับสื่อเพียงด้านใดด้านหนึ่ง ทำให้เข้าใจง่าย และเพราะความสั้นกระชับ (ความยาวไม่เกิน 7 นาที) จึงเหมาะกับเด็กและเยาวชนยุคนี้ โดยสร้างตัวละครหลักที่เป็นเด็กขึ้นมา เพื่อให้เด็กรู้สึกเข้าถึงได้ โดยมีตัวละคร Jack เป็นตัวแทนของเด็กผู้บริโภคสื่อ ในขณะที่ตัวละคร Lux เป็นตัวละครสมมติที่ทำหน้าที่ให้บทเรียนและคำอธิบาย โดยในการ์ตูนตอนแรกเป็นการให้ความรู้ในภาพรวมเกี่ยวกับภูมิทัศน์สื่อ และเหตุผลของการมีส่วนร่วมในสังคม การ์ตูนชุดนี้ถูกแปลออกมาถึง 20 ภาษา และมีการรับชมรวมแล้วหลายหมื่นครั้ง ชุดที่สอง เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการตระหนักรู้ โดยใช้สถานการณ์การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้งานต้องเจอสิ่งต่าง ๆ มากมาย ทั้งล่อลวงให้ซื้อ หรือถูกชักจูงตามลิงก์ไปสู่เว็บไซต์ต่างๆ ส่วนตอนที่ 3 เป็นการให้ความรู้

เกี่ยวกับรอยเท้าดิจิทัล (digital footprints) การระวังและปกป้องความเป็นส่วนตัวและป้องกันการถูกติดตาม (privacy and tracking)



### A Journey to Media Literacy 1:

**Meet Jack** 14,183 views  
Cartoon, Videos

<https://www.youtube.com/watch?v=CmY...>



### A Journey to Media Literacy 3: Privacy and Tracking

Cartoon 441 views

<https://www.youtube.com/watch?v=XgljcYmdGz...>



### A Journey to Media Literacy 2:

**Awareness** 3,571 views  
Cartoon, Videos

[https://www.youtube.com/watch?v=9nUdvBL7\\_i...](https://www.youtube.com/watch?v=9nUdvBL7_i...)

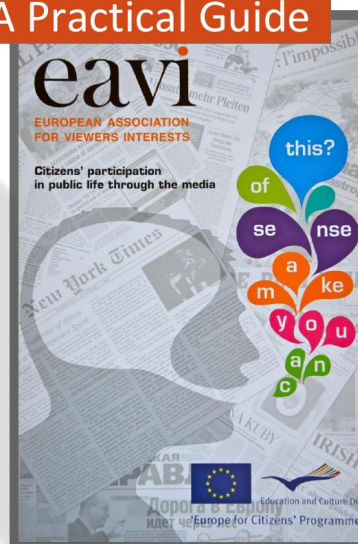
## โครงการ Media Citizenship Booklet

EAVI ได้จัดกับหนังสือแนะนำแนวทางปฏิบัติเพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับสื่อและการใช้สื่อ มีกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ปกครองและเด็ก เน้นทักษะด้านการคิดเชิงวิพากษ์ การมีส่วนร่วม และทักษะทางเทคนิคหรือความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้สามารถใช้สื่อได้อย่างปลอดภัย หนังสือผลิตเพื่อใช้แจกในโครงการ “Europe for Citizens” ของ European Commission

นอกจากการสร้างผลงาน ริเริ่มโครงการต่าง ๆ แล้ว EAVI ยังมีการใช้สื่อช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กรด้วย ที่สำคัญหรือช่องทางสื่อที่ใช้เหล่านี้มีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ ทั้งเว็บไซต์ ยูทูป ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และบล็อกที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ เนื้อหาสื่อต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นไม่ว่าจะเป็น อินโฟกราฟิก วิดีโอ หรือภาพ สามารถเข้าถึงได้จากสื่อทุกช่องทางซึ่งมีแนวคิดการออกแบบและโทนสีเดียวกันเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์องค์กรอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน



## Media Citizenship Booklet A Practical Guide



### ผลงานของ EAVI ในการผลักดันนโยบายการรู้เท่าทันสื่อ

EAVI ประสบความสำเร็จในโครงการรณรงค์ผลักดันการรู้เท่าทันสื่อเข้าสู่กฎหมายของสหภาพยุโรป หลังจากดำเนินการรณรงค์หลากหลายรูปแบบตั้งแต่ร่างหนังสือแสดงเจตจำนง และรณรงค์ผลักดันสมาชิกสภาสหภาพยุโรป และสมาชิกคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง จนในเดือนมิถุนายน 2016 ได้จัดเวทีอภิปรายที่สภาสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจผ่านกฎหมาย และในเดือนตุลาคมปีเดียวกันก็ได้ร่างข้อเสนอแก้ไขกฎหมายและยื่นต่อสภาสหภาพยุโรปจนประสบความสำเร็จ โดยได้เพิ่มข้อความที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในกฎหมายของสภาสหภาพยุโรป มีการให้คำนิยามการรู้เท่าทันสื่อใหม่ที่ไม่ได้หมายความว่าเพียงการใช้สื่อเป็นในเชิงเทคนิค และกำหนดให้ความรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) และความคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) เป็นส่วนสำคัญที่ควรได้รับการส่งเสริมในการพัฒนาความเป็นพลเมืองสำหรับประชาชนทุกเพศทุกวัย และจะต้องมีการส่งรายงานการนำนโยบายนี้ไปปฏิบัติ

พร้อมทั้งข้อเสนอในการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อ รายงานนโยบาย การปฏิบัติ และมาตรการการประเมินผลในการส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อของประเทศสมาชิกต่างๆ

## **EAVI's campaign to reintroduce media literacy into European legislation was successful! The European Parliament has adopted EAVI's proposals.**

### **New Text Adopted**

#### **New (8a)**

In order to enable citizens to access information, to exercise informed choices, evaluate media contexts, use, critically assess and create media content responsibly, they need advanced media literacy skills. This would allow them to understand the nature of content and services taking advantage of the full range of opportunities offered by communications technologies, so that they can use media effectively and safely. Media literacy should not be limited to learning about tools and technologies, but should aim to equip individuals with the critical thinking skills required to exercise judgement, analyse complex realities, recognise the difference between opinions and facts, and resist all forms of hate speech.

The development of media literacy for all citizens, irrespective of age, should be promoted.

#### **New art. 33**

By [date - no later than four years after adoption] at the latest, and every three years thereafter, the Commission shall submit to the European Parliament, to the Council and to the European Economic and Social Committee a report on the application of this Directive and, if necessary, make further proposals to adapt it to the developments in the field of audiovisual media services, in particular in the light of recent technological developments, the competitiveness of the sector as well as a report on practices, policies and accompanying measures supported by Member States in the field of media literacy.

**Many thanks to those who supported us!**





#### 4.4 ประเทศอินเดีย: The Peace Gong Media Literacy Programme

##### ภาพรวมของโครงการ

โครงการห้องสันติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ริเริ่มโดยมูลนิธิ Gurudev Rabindranath Tagore Foundation (มูลนิธิคุรุเทพ รพินทรนาถ ฐากูร) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสาร ความสามารถเชิงสัญลักษณ์และเชิงวัฒนธรรมควบคู่กับความสามารถในการคิดวิเคราะห์ในเด็ก เพื่อให้เด็กสามารถดำรงอยู่ท่ามกลางสังคมที่ทวีความซับซ้อนได้ และเพื่อพัฒนาสมรรถนะของเด็กในการใช้สื่อเพื่อให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมของสันติและความไม่รุนแรงผ่านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ตามปรัชญาของโครงการที่ต้องการให้เกิดสันติในอนาคต และส่งเสริมให้เด็ก ๆ เป็นอาสาสมัครในการสร้างมิตรภาพในหมู่เด็กและเยาวชน การมีส่วนร่วมในชุมชนไม่เพียงแต่เป็นการสืบสานแนวความคิดจากรุ่นสู่รุ่น แต่ยังเป็นการวางรากฐานของพลเมืองที่มีส่วนร่วม ที่รู้จักสิทธิและหน้าที่ของพลเมืองอันพึงปฏิบัติด้วย ดังนั้น ในการดำเนินงานของโครงการจึงเน้นความรู้เชิงลึกของคนต่างวัฒนธรรมและประเพณีไปพร้อมกับการเชื่อมโยงทางอารมณ์ อันนำไปสู่ความเชื่อมโยงของวัฒนธรรมที่หลากหลาย โครงการห้องสันติหลอมรวมเด็กและเยาวชนจากหลากหลายภูมิภาคหลังและส่งเสริมให้เด็ก ๆ ผลิตผลงานตามหลักการของโครงการ และสนับสนุนให้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อเครือข่ายสังคม อีเมลล์ และมีสื่อ ในการติดต่อกับเด็ก ๆ ที่เป็นนักข่าวจากที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศและจากต่างประเทศ ความร่วมมือจากเด็กและเยาวชนทั่วโลกนี้เองที่จะนำไปสู่การทำงานเพื่อสร้างสันติภาพในโลก โครงการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจึงเป็นหัวใจสำคัญโดยเฉพาะสำหรับเด็กและเยาวชน เพราะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศทำให้เด็กไม่ได้เพียงแค่มีและยกระดับทักษะในการใช้ข้อมูลสารสนเทศ แต่ยังช่วยให้รู้จักใช้สื่อในการตอบสนองประเด็นทางสังคมอีกด้วย โครงการฯ เกิดจากการรวมตัวกันของนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร นักสังคมสงเคราะห์ และนักวิจัย เพื่อสันติภาพและการพัฒนาที่ยั่งยืน ผลิตผลหลักของโครงการคือหนังสือพิมพ์เด็กห้องสันติ ที่ดำเนินการโดยอาสาสมัครในแคว้นลาดักห์ แคชเมียร์ และจัมมู ในอินเดีย เป็นหนังสือพิมพ์รายไตรมาส จำนวน 12 หน้า ตีพิมพ์ฉบับแรกในปี 2012 ตีพิมพ์ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เสียง (Talking Paper) หนังสือพิมพ์อักษรเบรลล์ และ Wallpaper (คล้าย ๆ infographic) และมีแผนจะขยายไปยังแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ในอนาคต (นอกจากหนังสือพิมพ์ยังมีวงดนตรี และกลุ่มทำภาพยนตร์ด้วย) หนังสือพิมพ์ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน เช่น องค์การอาหารและเกษตรฯ ของสหประชาชาติ อาสาสมัครของสหประชาชาติ สภากาชาดฟื้นฟูอินเดีย (Rehabilitation Council of India) (องค์กรรัฐ) และ องค์กรเอเชียใต้เพื่อการ The South Asian Initiative to End Violence against Children ซึ่งเป็นหน่วยงานสำคัญของ SAARC ในการยับยั้งความรุนแรงต่อเด็กในเอเชียใต้





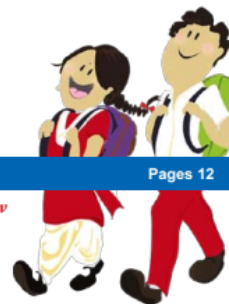
# The Peace Gong

Vol - 10

February 2015

Pages 12

This children's newspaper is part of a Media and Information Literacy Initiative of Gurudev Rabindranath Tagore Foundation. This issue is published in association with BIRDS (Gokak) and SAIEVAC



## 'Making' children nation builders

A debate on how children can contribute to democratic governance, and make the political process take up issues of concerns to children



Learning basics of grassroots democracy in Shantiniketan, West Bengal

Kavya Mukhija of Class XI, Tagore International School, New Delhi, talked to some children and teachers to find out what they have to say on this...

We often say "Children are the future nation builders." To become good nation builders, the children have to be given the right education - and that includes education on democratic participation by the young. That's how children can contribute to strengthen the democratic processes. To understand this process,

Every citizen of the country has equal rights, and so do children, says Mahima Trehan, of Class 11 studying in Tagore International School, East of Kailash - New Delhi. "The participation of young children in democracy, if provided, can be taken as mile stone. We know that children are the future of mankind, so participation in the democratic process can be beneficial," she acknowledged.

Mahima has charted some pointers -so that children become "storehouses of positive energy so they can be a part to any awareness programme, and it will take the campaign to a great height."

- Children observe things very minutely, so they should be able to freely raise questions on the ongoing processes.
- Children are not biased, so they give or share without asking anything in return.
- They are good patriots, so they desire

to work for the country wholeheartedly.

• Child participation can bring unity and equality in democracy.

• They are goal oriented, so they will bring seriousness to any movement.

**Don't lower the voting age**

But Mahima's classmate, Manya Malkotia has a different perception. She feels that involvement in the democratic processes -- before attaining a certain age and substantial knowledge -- will hinder in the decision-making altogether, particularly the electoral process.

Pointing out that India's Census clearly shows that the proportion of young adults in India is more than that of adults - and this will continue, she asks: "Should we change the voting age by two years - which is 18 years now?"

"Usually, children with less knowledge about the current governing scenario will tend to have no particular stand on the political parties. If we give them the right to vote, they will certainly not use it to the fullest. Their vote, or decision, would be guided by an influential adult. So, actually we are giving that adult the power of two votes," Manya points out.

Her argument is: "By lowering the voting age to 16, we are clearly giving the adults power of two votes -- which is against the constitutional ethics, isn't it?" It is better to follow the "already given path" when it comes to crucial decisions like democratic processes, feels Manya.

**Dealing with problems**

Vaishali Bidhuri takes the debate further by countering Manya and supporting classmate Mahima, saying: "Youth participation leads to better decisions and outcomes."

Many of the profound difficulties faced by young people around the globe illiteracy, poverty, HIV/AIDS, substance abuse, discrimination

and forced engagement in armed conflict-- are subjects of widespread concern at the national and international levels, says Vaishali.

Her argument is that, globally, young people now have to deal with:

- > increased unemployment and insecurity at work,
- > greater family instability, and
- > reductions in social welfare programmes.

"Thus, it is important for young adults to take part in the crucial process of decision-making," says Vaishali.

**Danger signal**

Agreeing that "only the young have the ability to make a change that can revolutionize the nation," classmate Saif Nizam puts up a red flag on the "quality of education on democratic participation that the young and teenagers are getting in today's world." This, he strongly feels, "is actually discouraging us from contributing to the democratic processes in the country."

By nature children are patriotic, says Saif, "and do not want to leave the country helpless and unsupported, which is not good for a country like India at all." So what is the way forward?" By making the laws on Children's Rights more efficient."

"The young are the 'Element X' of Indian politics," points out Saif. So, it is important to involve the children who "have a mindset which is equal to everyone and is unbiased towards others."

"If we apply this ability of the children to the Indian politics, we can surely achieve a better political condition in the country," feels Saif.

**Biases, Action Points & Inclusiveness**

The debate progresses from students to teachers.

"On politics," says Richa Bhardwaj, who teaches English in Tagore International School, East of Kailash, New Delhi, "most of the opinions our youth and children form are re-enforced by media -- or are based on biased viewpoints of people around them."

### การดำเนินงาน

โครงการห้องสนทนาเป็นแบบจำลองของโครงการอาสา โดยมีผู้ประสานงานอาสาสมัคร (ผู้ใหญ่) ทำงานร่วมกับเด็กและเยาวชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของอินเดีย ส่วนใหญ่ประกอบด้วยอาจารย์และนักวิชาการจากมหาวิทยาลัย และบางส่วนเป็นนักข่าวหรือนักวิชาชีพในสายงาน ส่วนกองบรรณาธิการประกอบด้วยเด็กและเยาวชนที่มีอายุไม่

เกิน 18 ปี และในจำนวนนี้จะได้รับการคัดเลือกเป็นบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ โครงการห้องสันติไม่ได้เป็นเพียงหนังสือพิมพ์แต่ยังมีบทบาทในสังคมด้วยการส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เช่น การสร้างความตระหนักรู้เรื่องสุขอนามัย ความสำคัญของการศึกษา สุขภาพ ฯลฯ เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้มีส่วนร่วมในการสร้างชุมชน ซึ่งเป็นจุดแข็งของโครงการที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมเพราะเป็นการส่งเสริมให้เด็กรู้จักใช้วาจาธรรมในเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวัน สามารถพูดคุยกับเพื่อนและผู้เกี่ยวข้องได้ การจัดตั้งสำนักงานห้องสันติและดึงเด็กและเยาวชนเข้ามาเป็นนักข่าวของโครงการประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ฐานรากของโครงการคืออาสาสมัคร ซึ่งอาสาที่เป็นผู้ใหญ่เป็นผู้สรรหารวบรวมนักข่าวเด็กและเยาวชนจากชุมชน โรงเรียน หรือสถาบันของตนเอง เป้าหมายคือการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชนในการสร้างความตระหนักรู้ถึงปัญหาของท้องถิ่น
2. นักข่าวเด็กและเยาวชนต้องมีอายุไม่เกิน 18 ปี
3. เด็กโตสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานที่คอยช่วยเหลือและดูแลเด็ก ๆ ให้มีทักษะการสื่อสารที่ดีขึ้น และใช้ทักษะเหล่านี้ในการผลิตผลงานรูปแบบต่าง ๆ
4. เมื่อผู้ประสานงาน (ผู้ใหญ่) ในท้องถิ่นรวบรวมเด็กได้มากพอ ก็จะจัดการปฐมนิเทศให้เด็กเพื่อให้เด็กเข้าใจสื่อและมีทักษะในการสื่อสาร
5. ผลักดันประเด็นการใช้ความรุนแรงกับเด็กในหลากหลายมิติ
6. เมื่อเลือกทีมได้แล้ว ผู้ประสานงานและนักข่าวเยาวชนเริ่มปฏิบัติงาน โดยส่งเสริมให้ตรวจสอบสถานการณ์จริงของสภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ ภายในท้องถิ่นและสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล
7. ผู้ประสานงานหรือพี่เลี้ยงต้องคอยดูไม่ให้เกิดการคัดลอกผลงาน (Plagiarism) คือใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลหรือติดตามข้อมูลได้ แต่ส่งเสริมให้เขียนเรื่องด้วยตนเองด้วยการลงพื้นที่สัมภาษณ์
8. เป้าหมายคือส่งเสริมและเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยส่งเสริมให้ทีมประกอบด้วยเด็กที่มีภูมิหลังที่แตกต่าง และชื่นชมในความเป็นพหุสังคม
9. ห้ามใช้ภาษาที่สร้างความเกลียดชังและศัพทสแลง และผู้ประสานงานต้องส่งเสริมการสื่อสารที่ไม่ใช้ความรุนแรง
10. เมื่อเลือกทีมนักข่าวเยาวชนในเมือง/จังหวัด/หมู่บ้าน/ชุมชน/โรงเรียน ฯลฯ ได้แล้ว นักข่าวเยาวชนที่มีผลงานโดดเด่นตั้งใจทำงานที่สุดจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นหัวหน้าสำนักงาน
11. เป้าหมายคือการเปิดโอกาสให้เยาวชนและเด็กที่มีปมหลังที่ยากลำบากหรืออยู่ในพื้นที่ห่างไกลมากที่สุด เพื่อให้คนที่ไม่มีปากเสียงมีโอกาสได้พูด

## ผลงาน

ในช่วง 2 ปีแรกของโครงการ สามารถรวบรวมเด็กได้ทั่วประเทศอินเดีย โดยทีมห้องสันติประกอบด้วยเด็กและเยาวชนตั้งแต่แคว้น Manipur ถึง Jammu และ Kashmir จาก Kerala ถึง Madhya Pradesh และ West Bengal รวมถึงทีมงานจากต่างประเทศที่ร่วมกันทำให้ห้องสันติเป็นโครงการระดับโลก ทั้งเนปาล ปากีสถาน เยอรมนี โมร็อกโก และทั่วเอเชียแปซิฟิก ในการส่งเสริมวาทกรรมระหว่างวัฒนธรรมและสันติภาพผ่านการรู้เท่าทันสื่อ อย่างไรก็ตาม โครงการ Peace Gong ไม่ใช่แค่การให้เด็กเขียนเรื่องเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม แต่ยังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชนในการสร้างชุมชน ตลอดจนสนับสนุนสิทธิเด็กและเยาวชน การรู้เท่าทันสื่อเป็นหัวใจสำคัญเพราะเพราะสื่อมีบทบาทอย่างยิ่งในการสร้างแรงบันดาลใจให้เด็กรู้จักยืนหยัดเพื่อความปราศจากความรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเด็กรุ่นใหม่ที่เปิดรับสื่อมากขึ้นและจำเป็นต้องคิดและตอบสนอง การรู้เท่าทันสื่อจะช่วยให้เด็กและเยาวชนสามารถใช้ทักษะต่าง ๆ ในการใช้สื่อและมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการมีสันติภาพและความไม่รุนแรงได้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันมีสำนักงาน Peace Gong Bureaus ใน 14 รัฐของอินเดียและในอีก 5 ประเทศ ทำให้ Peace Gong เป็นการเคลื่อนไหวของอาสาสมัครที่ไม่มีทั้งอาคารที่ตั้งสำนักงาน ทีมงาน หรือเงินทุน โดยมีจุดแข็งอยู่ที่อาสาสมัครเด็กและเยาวชนที่ทำงานอย่างใกล้ชิดกับนักข่าวเด็กเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เด็กและเยาวชนที่ไม่ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพตอนนี้สามารถผลิตรายงานข่าวเกี่ยวกับประเด็นทางสังคมที่หลากหลายได้ โครงการห้องสันติได้รับรางวัล UNITED NATIONS VOLUNTEERS AWARD

นอกจากหนังสือพิมพ์ ยังมีการจัดตั้งชมรม Peace Gong Clubs ขึ้นในโรงเรียนอีกด้วย เพื่อให้การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศเป็นเรื่องมือพลักดันให้เด็กและเยาวชนพัฒนาไปเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วม โดยชมรมห้องสันติจะเข้าไปช่วยให้นักเรียนในโรงเรียนในการใช้สื่อเพื่อนำเสนอประเด็นทางสังคม ให้เด็กมีส่วนร่วมและปลูกฝังจิตอาสา แต่ละชมรมจะมีกิจกรรมของตนเองตามความต้องการของชุมชนในท้องถิ่นและทรัพยากรที่มี เช่น การใช้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นทางสังคมและผลิตเนื้อหาสื่อที่ส่งเสริมสันติภาพ



ในขณะที่เดียวกัน ก็มีการจัดอบรมการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของโครงการ ตัวอย่างเช่น โรงเรียน Anand Vihar School ที่BHOPAL จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ช่วงแรก นำโดย Khushboo Joshi ผู้สื่อข่าวจากหนังสือพิมพ์ The Hindustan Times บรรยายเรื่องความสำคัญของการมีทักษะในการสื่อสาร และเปิดประเด็นทางสังคมคือเด็กที่หายตัวไปในเมือง Madhya Pradesh และการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ ก่อนจะให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตข่าว และความแตกต่างระหว่าง ข่าว บทความ บทบรรณาธิการ โฆษณา และบทบรรณาธิการจากคนนอก ฯลฯ เพื่อให้นักเรียนรู้จักวิธีการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์ที่หลากหลาย และเปิดโอกาสให้นักเรียนทดลองเขียนข่าว ในช่วงที่ 2 บรรยายโดย Rajesh Gaba นักข่าวจากหนังสือพิมพ์ the Hindi และ The Dainik Bhaskar เกี่ยวกับประสบการณ์ของตน เช่น การหาคนติดต่อ แหล่งข่าว เพื่อเขียนข่าว ความสำคัญของการค้นคว้าหาข้อมูล และเปิดโอกาสให้นักเรียนทดลองสัมภาษณ์และเขียนบทสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ส่วนช่วงที่ 3 เป็นการเปิดตัวหนังสือพิมพ์เสียง ฉบับที่ 9 สำหรับผู้พิการทางสายตา โดยผู้บรรยายอธิบายให้ฟังว่า เด็กที่มีความบกพร่องทางสายตาสามารถเป็นส่วนหนึ่งของโครงการได้อย่างไร เพื่อให้นักเรียนทราบว่าโครงการไม่เพียงแต่ส่งเสริมให้เด็กเขียนข่าว แต่ยังสนับสนุนให้ช่วยกันลงเสียงสำหรับหนังสือพิมพ์เสียงด้วย ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

จากกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการนี้ ผลการประเมินนำไปสู่ข้อเสนอแนะดังนี้

- เน้นการอบรมที่ทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาการอบรม
- ขยายโครงการไปสู่โรงเรียนและสถาบันการศึกษาอื่น ๆ เพื่อพัฒนานักข่าวเด็กและเยาวชน
- ร่วมมือกับหน่วยงานการศึกษาภาครัฐเพื่อนำโครงการ Peace Gong เข้าสู่โรงเรียนรัฐ
- จัดทำเวอร์ชันภาษาท้องถิ่น (ประเทศอินเดียมีภาษาท้องถิ่นจำนวนมาก)
- จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มเติม

เพื่อเป็นการเผยแพร่โครงการห้องสันติ ทางโครงการมีการจัดการคู่มือการฝึกอบรมเด็กและเยาวชนเพื่อเข้าโครงการสำหรับผู้ประสานงาน เช่น แนะนำวิธีการสอนหรือสร้างแรงจูงใจ การเลือกใช้กิจกรรม ฯลฯ

# **THE PEACE GONG MEDIA LITERACY PROGRAMME**

A Manual for Coordinators



T. K. Thomas, Vedabhyas Kundu & Anubhuti Yadav

#### 4.5 ประเทศออสเตรเลีย: SeeMe Media Literacy Project

SeeMe Media Literacy Project (<http://www.seeme.org.au>) เป็นโครงการเว็บไซต์ของกองทุน Queen Victoria Women's Centre (QVWC) เพื่อส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกและพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ (body image) และรับมือกับผลกระทบที่เกิดจากการที่คนหนุ่มสาวชื่นชอบการนำเสนอเรื่องความงามในสื่อโลกและภาพเหมารวมทางเพศ (gender stereotypes) โดยรวบรวมข้อมูลความรู้ที่ผู้ใช้สามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ ประกอบด้วยชุดการเรียนการสอน 6 ชุด ที่สอดคล้องกับมาตรฐานของ AusVELS (Victorian Essential Learning Standards) และหลักสูตรการเรียนการสอนของออสเตรเลีย

โครงการ SeeMe Media Literacy ทำงานร่วมกับกลุ่มต่างๆดังนี้

- ผู้นำนักเรียนชายหญิงชั้นมัธยม 2 จำนวน 10 คน และตัวแทนครู 4 คนจากโรงเรียน 3 แห่งเข้าไปมีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บไซต์
- องค์กร Education Services Australia (ESA) ที่ให้ความร่วมมือทางด้านระบบสารสนเทศ
- องค์กร Victorian Association for the Teaching of English (VATE) ที่ให้ความร่วมมือด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ด้วยการร่วมกับผู้นำนักเรียนในการออกแบบเนื้อหาการเรียนการสอน
- องค์กร The Foundation for Young Australians (FYA) ซึ่งจะทำหน้าที่ประเมินผลการดำเนินงาน

โดยโครงการเว็บไซต์ SeeMe Media Literacy เริ่มทดลองใช้และประเมินผลในปี 2011 จนในปี 2012 มีโรงเรียนจาก 5 แคว้นเข้าร่วมอบรมเพื่อเป็นผู้นำนักเรียนและตัวแทนครู (Student Leaders and Teacher Champions)

การวิจัยก่อนเริ่มโครงการนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับการโครงการการศึกษาเพื่อสนับสนุนเรื่องภาพลักษณ์ เช่น องค์ประกอบที่สำคัญของหลักสูตรภาพลักษณ์ควรประกอบด้วยกิจกรรมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ตอบสนองความต้องการของทั้งผู้หญิงและผู้ชายและภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย กิจกรรมที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ และการเห็นคุณค่าของตนเอง การเชื่อมั่นในตนเอง (self-esteem) ตลอดจนการศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อเพื่อช่วยให้นักเรียนเป็นผู้บริโภคที่รู้จักวิพากษ์สื่อ และให้ข้อเสนอแนะ เช่นไม่ควรใช้วิทยากรหรือผู้บรรยายที่เป็นหรือเพิ่งหายจากการเป็นโรคที่เกิดจากการกินผิดปกติ หรือใช้ภาพที่มีคนรูปร่างหน้าตาแบบ “อุดมคติ” โดยไม่ได้สอนให้รู้เท่าทันสื่อก่อนเป็นต้น การวิจัยชี้ให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ที่จะผลิตแหล่งข้อมูลออนไลน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายคือนักเรียนมัธยมและส่งเสริมการมีภาพลักษณ์เชิงบวก (positive body image) ด้วยการคิดวิเคราะห์เนื้อหาสื่อจากต่างประเทศเกี่ยวกับอุดมคติของความงาม และ ภาพเหมารวมทางเพศเนื่องจากยังมีทรัพยากรที่สอดคล้องกับความต้องการและตอบโจทย์การเรียนรู้และมาตรฐานการศึกษาในเวลาเดียวกันจำนวนน้อย

**เนื้อหาในเว็บไซต์**

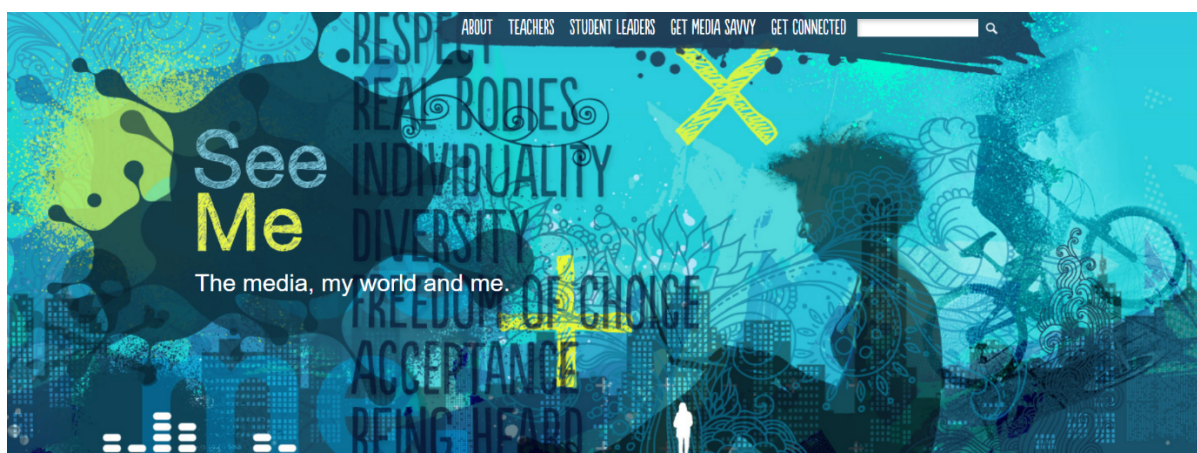
ในภาพรวม เมนูหลักของเว็บไซต์ประกอบด้วย

- (1) เกี่ยวกับโครงการ (About)
- (2) สำหรับครู (Teachers)
- (3) สำหรับผู้นำนักเรียน (Students Leaders)
- (4) รู้เท่าทันสื่อ (Get Media Savvy)
- (5) แหล่งข้อมูล (Get Connected)

ในส่วนเนื้อหาแบ่งเป็น 6 หัวข้อ ได้แก่

1. Gender stereotypes (ภาพเหมารวมเกี่ยวกับเพศในสื่อ)
2. Healthy Lifestyle Choices (ทางเลือกในการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพดี)
3. Body Image (ภาพลักษณ์ของร่างกาย)
4. Fashion and Cosmetics (แฟชั่นและเครื่องสำอาง)
5. See Me/Invisible me (การออกแบบโฆษณาที่แฝงแนวคิดเหมารวม)
6. Photoshock – Ethics in Advertising (จริยธรรมในโฆษณา)





## GENDER STEREOTYPES ⓘ



Do males and females receive similar treatment in the media? Online? In your favourite magazine? What has changed over time? And what has stayed the same? [More »](#)

## HEALTHY LIFESTYLE CHOICES ☀



What kinds of health messages are we exposed to in the media? What can we believe? What kind of mixed messages exist in advertising? [More »](#)

## BODY IMAGE ⊕



Do we all see beauty in the same way? Does it matter what culture and era we live in? Who constructs our ideas about beauty? [More »](#)

## FASHION AND COSMETICS ♡



What do advertisers do to entice us to select their product in a global market with lots of choice? What influences you, your friends, your family? [More »](#)

## SEE ME/INVISIBLE ME ☁☀



How would you subvert an advertising message? Test your skills in making an ad for runners, acne cream or cereal. [More »](#)

## PHOTOSHOCK- ETHICS IN ADVERTISING ☆



What is real and what is fake? Take a peek inside Photoshock, an Adobe Flash interactive. [More »](#)



ซึ่งทั้ง 6 หัวข้อเป็นชุดการเรียนรู้การสอน เมื่อคลิกเข้าไปในแต่ละเมนูจะมีคำอธิบายพร้อมวัตถุประสงค์ของแบบกิจกรรม ซึ่งสามารถคลิกเลือกกิจกรรม (Activity) เพื่อตอบคำถามและทำกิจกรรมตามคำสั่ง เช่น หัวข้อ Media Savvy (ซึ่งก็คือรู้เท่าทันสื่อ แต่ฟังแล้วทันสมัยและน่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมาย) เป็นแบบฝึกหัดที่เกี่ยวกับเนื้อหา 6 หัวข้อ ตัวอย่างที่น่าสนใจ เช่นในหัวข้อ แพนชั่นและความงามและอิทธิพลสื่อ มีกิจกรรมการ “เขียนจดหมาย” หรือส่งอีเมลถึงผู้ผลิตเครื่องสำอางหรือเสื้อผ้าโดยกำหนดประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องเขียน เช่น บริบทที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา เนื้อหาของโฆษณาทั้งเนื้อหาที่ชัดเจนและเนื้อหาที่แฝงไว้ เทคนิคที่โฆษณาใช้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นสาว ผลกระทบ และข้อกังวลของผู้เขียน เป็นต้น กิจกรรมนี้สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามที่ให้นักเรียนมีส่วนร่วม รู้จักแสดงความคิดเห็นในเชิงสร้างสรรค์ ในสังคมระบอบประชาธิปไตยได้เป็นอย่างดี นอกจากความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สำหรับ เมนูสำหรับครู นอกจากจะเป็นแหล่งทรัพยากร เทคนิควิธีการ ยังมีการจัดทำตารางเทียบมาตรฐานการเรียนรู้ตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการกับเนื้อหาแบบฝึกหัดของเว็บไซต์ SeeMe ให้ด้วย ซึ่งทำให้ครูผู้สอนไม่ต้องกังวลว่าการใช้ SeeMe สอนจะทำให้หลุดออกจากการสอนตามมาตรฐานของหลักสูตร

### การประเมินผลโครงการนำร่อง

หลังจากการเปิดตัวเว็บไซต์โครงการนำร่องก็ได้มีการทำการวิจัยเพื่อประเมินผลโครงการ โดยในปี 2011 ทางกองทุนฯ จ้างมูลนิธิ Foundation for Young Australians (FYA) ซึ่งเป็นองค์กรกลาง (ไม่มีส่วนได้เสียกับกองทุนฯ) ในการดำเนินการวิจัยเพื่อประเมินโครงการ SeeMe ในด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดทำเว็บไซต์ interactive หลักสูตรรู้เท่าทันสื่อสำหรับเยาวชนและความกังวลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพ body image ที่ไม่ตรงกับความเป็นจริงของสื่อและบทบาททางเพศ ที่กำหนดไว้ดังนี้

1. เพิ่มทักษะการรู้เท่าทันสื่อของเด็กวัยรุ่นทั้งชายและหญิง
2. สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการแพร่หลายของการตกแต่งภาพดิจิทัลและการใช้ภาพเหมารวมทางเพศในสื่อ
3. ลดความชื่นชมความพยายามนำเสนอของสื่อสากลด้วยแนวคิดที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงในเรื่องอุดมคติด้านรูปร่าง ความงาม และภาพเหมารวมทางเพศของคนหนุ่มสาวที่เข้าร่วมโครงการระยะนำร่อง
4. ลด “ความไม่พอใจในรูปร่าง” ของคนหนุ่มสาวที่เข้าร่วมโครงการระยะนำร่อง

โครงการนำร่องของ SeeMe ประกอบด้วยผู้นำนักเรียนจากโรงเรียนมัธยม 3 แห่งในเมลเบิร์น นักเรียนและตัวแทนครูจากโรงเรียนเหล่านี้ถูกคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการฯ และการใช้ห้องเรียนวิชาภาษาอังกฤษโดยเน้นวิธีการเพื่อนสอนเพื่อน (peer facilitation approach) เว็บไซต์ในโครงการนำร่องประกอบด้วยชุดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม 6 ชุด ใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและหน้าเว็บที่ให้ข้อมูลและแหล่ง

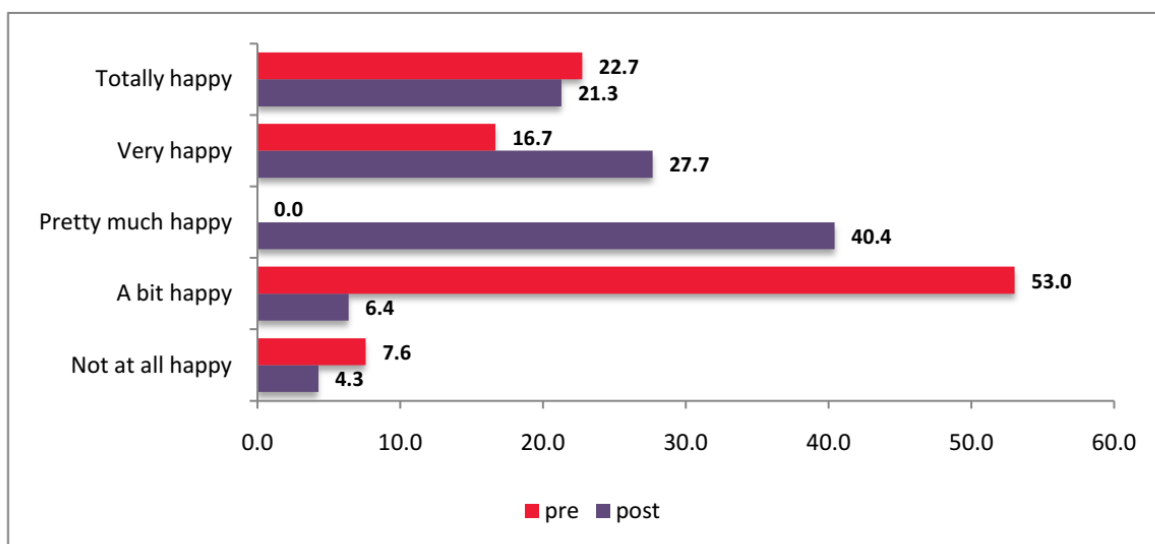
ทรัพยากรการเรียนรู้ การประเมินโครงการมีเป้าหมายเพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อของคนหนุ่มสาวของโครงการฯ โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ (body image) ความตระหนักรู้เกี่ยวกับบทบาททางเพศ (gender awareness) และการนำเสนอภาพเหมารวมทางเพศและวัฒนธรรมของสื่อ เป้าหมายคือศึกษาประเมินผลความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับเด็กอันเป็นผลจากการเข้าร่วมโครงการ SeeMe ที่เป็นโครงการนำร่อง โดยสำรวจก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการ และใช้ เทคนิค ‘Most Significant Change’ (MSC) (การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุด) ในการประเมินผล โดยพัฒนาเครื่องมือการสำรวจความเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ พฤติกรรม และความรู้ เกี่ยวกับความพึงพอใจในภาพลักษณ์ ความตระหนักรู้เรื่องเพศ และการรู้เท่าทันสื่อ และใช้เทคนิค MSC เพื่อเสริมความรู้ความเข้าใจในเชิงลึก

### ผลการประเมินโครงการ SeeMe

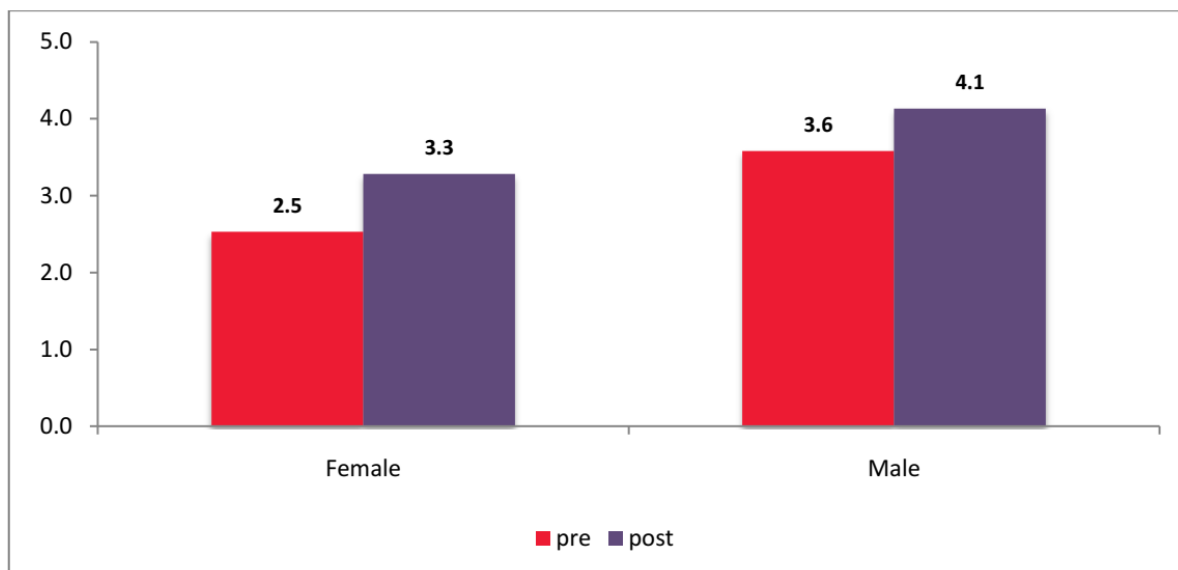
- **ด้านความรู้เท่าทันสื่อ** พบว่าการร่วมโครงการนำร่อง SeeMe ทำให้เด็กมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการบ่งชี้เทคนิคที่ใช้ในการดึงดูดและตรึงความสนใจของผู้ชม และวัตถุประสงค์ของเนื้อหาสื่อ และเกินครึ่งบอกว่าหลังจากเข้าร่วมโครงการก็สามารถตัดสินใจในเรื่องการเลือกรับสื่อได้ดีขึ้น ผู้นำนักเรียนรายงานว่าตนเองมีทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกลไกของโฆษณาและสื่อมากขึ้น
- **ด้านความพึงพอใจในรูปร่าง** (Body satisfaction) เด็กที่เข้าร่วมโครงการพอใจในรูปร่างของตัวเองมากขึ้น และมีความต้องการพยายามเป็นให้ได้ตามรูปร่างหน้าตาอุดมคติที่สื่อแนะนำน้อยลง
- **ด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับภาพเหมารวมทางเพศของสื่อ** ในภาพรวมเด็กรู้สึกว่าการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับรูปร่างผู้หญิงไม่ถูกต้องและไม่เหมือนกลุ่มคนที่ตนรู้จักแต่อย่างใด และชี้ว่าสื่อมีอคติในด้านวัฒนธรรมและความรู้สึกของคนกลุ่มน้อย
- **ด้านโอกาสในการมีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของเยาวชน** โครงการระยะนำร่องนี้เปิดโอกาสให้ผู้นำนักเรียนมีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บไซต์และเนื้อหาในเว็บ และยังได้ช่วยพัฒนากิจกรรมประกอบเนื้อหาด้วย ผลการวิจัยไม่พบปัญหาและอุปสรรคแต่อย่างใด
- **ด้านการใช้งานของเว็บไซต์** ได้รับผลตอบรับที่ดีแต่มีปัญหาเรื่องโรงเรียนที่มีพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีที่ไม่เท่ากันและความเหลื่อมล้ำด้านดิจิทัล (digital divide)
- **ในด้านการมีส่วนร่วมในสังคม** พบว่าเกือบครึ่งของผู้เข้าร่วมโครงการมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมที่เปลี่ยนไปหลังจากเข้าร่วมโครงการ SeeMe โดยมีความมั่นใจและมีความต้องการในการก้าวข้ามข้อจำกัดส่วนตัวมากขึ้น เพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ก่อนหน้านี้อาจมีความลังเลหรือไม่มีความมั่นใจ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เข้าร่วมมีโลกทัศน์เปลี่ยนไปในเชิงบวกมากขึ้น รู้ว่าการประกอบ

สร้างความจริงของสื่อมีส่วนในการหล่อหลอมทัศนคติและความเชื่อของเด็กและเยาวชนอย่างแอบแฝงแต่ได้ผลมาก

**Chart 6: Happy with Body (%)**



**Chart 8: Happy with Body by Gender (mean)**



ข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินผลโครงการนำร่อง

- ส่งเสริมวิธีการเรียนการสอน และการพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ผ่านบริบทของการเรียนรู้ที่แท้จริง  
SeeMe ควรปรับหลักสูตรให้ยาวขึ้น (longer program)
- SeeMe จะมีประโยชน์มากถ้าใช้กลยุทธ์ที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม เช่น การจัดหาเส้นทางในการสร้างกิจกรรมทางสังคม หรือการพัฒนาภาวะผู้นำให้กับเด็กในบริบทที่อยู่นอกโรงเรียน

3. การวัดและประเมินผลในอนาคตควรติดตามผู้เข้าร่วมเป็นรายบุคคลกรณีที่ใช้การสำรวจก่อน-หลังการเข้าร่วมโครงการ และควรเพิ่มกลุ่มควบคุม (control group) ด้วย และสำรวจครูและผู้อำนวยการโรงเรียนด้วยเพื่อให้รู้อุปสรรคของการใช้โครงการฯ ในโรงเรียนหรืออุปสรรคอื่น ๆ ที่อาจมีขึ้นในอนาคต และควรขยายระยะเวลาการวัดและประเมินผลเด็กให้ยาวนานขึ้นเพื่อติดตามความคืบหน้าและผลของการเข้าร่วมโครงการต่อเด็กในระยะยาว

## 4.6 ประเทศญี่ปุ่น: Digital Storytelling (DST) for Media Literacy

### ที่มาของแนวคิดการใช้ DST เพื่อนำไปสู่การรู้เท่าทันสื่อ

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการใช้สื่อมากที่สุดในโลกประเทศหนึ่ง แต่การรู้เท่าทันสื่อกลับยังไม่ถูกบรรจุอยู่ในหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งภาคบังคับและระดับอุดมศึกษา อีกทั้งเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อทำให้เกิดความจำเป็นต้องทบทวนนิยามของการรู้เท่าทันสื่อใหม่ การที่รัฐบาลของนายกรัฐมนตรีชินโสะ อาเบะ เป็นรัฐบาลอนุรักษ์นิยมและปิดกั้นเสรีภาพของสื่อในญี่ปุ่น ประชาชนชาวญี่ปุ่นก็ถูกดึงดูดด้วยความสามารถอันน่าทึ่งของสื่อใหม่ ๆ แต่ก็ต้องตกใจกับความฉิวเฉียดของเนื้อหาสื่อยุคนี้ โดยเฉพาะในสื่อเครือข่ายสังคม หรือข่าวปลอมต่าง ๆ ทำให้สื่อตกอยู่ระหว่างการเป็นเป้าจากการถูกปิดกั้นจากรัฐบาลและการโจมตีจากประชาชนในการไม่ทำหน้าที่ตรวจสอบ ซึ่งเสรีภาพของสื่อออนไลน์ ทำให้กระแสความคิดเห็นที่เกิดขึ้นมักเป็นความเห็นที่รุนแรงและละเมิดสิทธิผู้อื่น และเกิดสิ่งที่เรียกว่า “ความไม่รู้ที่มองไม่เห็น” (invisible illiteracy) ในญี่ปุ่น ที่เกิดมาพร้อมกับสมาร์ทโฟน ที่ทำให้คนทำอะไรได้สะดวกง่ายดายจากปลายนิ้ว ทำให้คิดอะไรที่ซับซ้อนได้น้อยลง ความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ซับซ้อนน้อยลง ซึ่งผู้ที่มีความเสี่ยงมากที่สุดก็คือ กลุ่มคนที่ใช้สื่อดิจิทัลอยู่ตลอดเวลา (Mizukoshi, 2017)

ศาสตราจารย์ ชิน มิซุโกชิ จากโครงการ The Interfaculty Initiative in Information Studies, University of Tokyo เชื่อว่าองค์ประกอบของความรู้เท่าทันสื่อมีสามส่วนคือ การใช้เทคโนโลยี (technological operation), การรับรู้เชิงวิพากษ์ (critical reception) และการแสดงออกอย่างตื่นตัว (active expression) แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ กลุ่มคนที่ใช้ความรุนแรงและละเมิดสิทธิผู้อื่นในโลกออนไลน์คือกลุ่มคนที่รู้ทันสื่อทั้งในด้านการแสดงออกอย่างตื่นตัว และด้านการใช้เทคโนโลยี แต่ไม่รู้เท่าทันสื่อในด้านการรับรู้เชิงวิพากษ์ ซึ่งเกิดขึ้นจากอิทธิพลของสื่อดิจิทัลที่เปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อไปจากเดิม แต่เดิมสื่อมวลชนนั้นสามารถสร้างพื้นที่สาธารณะให้ผู้คนรับรู้วาระของข่าวสารที่สำคัญในสังคม และจะได้รับรู้ความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลายแง่มุม แต่ในสังคมยุคดิจิทัล ผู้คนสามารถต่างอยู่ใน “จักรวาลในเกาะ” (island universe) ที่ตนเองสร้างขึ้น ซึ่งจะมีแต่ผู้คนที่มีความคิดเห็นคล้ายๆกัน และไม่มองหรือมีส่วนร่วมข้ามเกาะไปยังวัฒนธรรมอื่น แม้จะมีความคล่องในการใช้เทคโนโลยีแต่กลับสามารถรับข้อมูลเชิงวิพากษ์ได้น้อยลงเรื่อยๆ สื่อดิจิทัลไม่สามารถตรวจสอบความคิดเห็นของสังคมในเชิงวิพากษ์ได้ ดังนั้นจึงต้องมีวิธีการใหม่ในการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อในภูมิทัศน์สื่อที่ไม่มีสื่อมวลชนอยู่ตรงศูนย์กลาง

### การใช้การเล่าเรื่องดิจิทัลในญี่ปุ่น

Digital Storytelling (DST) เป็นการเคลื่อนไหวระดับรากหญ้า เป็นโครงการเชิงปฏิบัติการที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้จักนำไฟล์ภาพและเสียงที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการผลิตคลิปสั้น ๆ เพื่อเล่าเรื่องราวส่วนตัว หรือเรื่องประจำวันทั่วไปของตนเอง โดยใช้เสียงตนเองบรรยาย

Digital Storytelling เริ่มต้นโดยศิลปินชื่อ Dana Atchley ที่ซานฟรานซิสโก ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1990s และถูกพัฒนาโดย the Center for DST ในแคลิฟอร์เนีย และถูกนำไปใช้ทั่วโลกในสาขาต่าง ๆ มากมาย เช่น วารสารศาสตร์ชุมชน สุขภาพจิต การศึกษาระดับปฐมวัย ผลงานที่ผลิตขึ้นมาจะถูกแสดงในการประชุมระดับท้องถิ่นหรือชุมชน นำไปออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น และอัปโหลดขึ้นเว็บไซต์ขององค์กรในท้องถิ่น

ศ.มิซูโกชิ และทีมงาน ได้ปรับแนวทางของ Digital Storytelling ให้เข้ากับวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งมีความกดดันจากคนในสังคมไม่ให้พูดเรื่องตัวเอง จึงต้องปรับให้เป็นรูปแบบที่ผูกพันกับชุมชน และส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการเล่าเรื่องผ่านสื่อพกพา และออกมาเป็น 4 รูปแบบของ DST คือ

1. Comikaruta เกมไพ่สำหรับชุมชน
2. A-I-U-E-O Gabun การแต่งกลอนญี่ปุ่น
3. Media Conte การเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัลประกอบรูปภาพ 20-30 รูป
4. Telephonoscope เกมเล่าเรื่องประกอบการหมุนโทรศัพท์และใช้สมาร์ทโฟน

DST ทั้ง 4 รูปแบบจะมีคุณสมบัติสามข้อร่วมกันคือ การทำงานร่วมกัน (collaboration) ความสนุกสนาน (playfulness) และความยั่งยืน (sustainability) ไม่ใช่แค่การแต่งเรื่องเพียงอย่างเดียว แต่ยังประกอบด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้นำกิจกรรมหรือสมาชิกในกลุ่มเพื่อเล่าเรื่อง ซึ่ง DST ที่ญี่ปุ่นแตกต่างจากแนวคิดของโลกตะวันตก เพราะในโลกตะวันตก จะยึดหลักการ “ทุกคนมีเรื่องที่จะเล่า” เป็นพื้นฐาน ซึ่งหมายถึงการสื่อสารเรื่องราวที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์แล้วทางสื่อดิจิทัล แต่ในญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นไม่คุ้นเคยกับการเล่าเรื่องในที่สาธารณะ เนื่องจากไม่มีโอกาสได้ฝึกฝนหรือศึกษาในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับ โครงการ DST ที่ญี่ปุ่นจึงเริ่มด้วยการพูดคุยกันระหว่างผู้เข้าร่วมและผู้ดำเนินกิจกรรม และให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้วยกันช่วยกัน เริ่มจากการค้นหา “เมล็ดพันธุ์ของเรื่อง” (story seeds) เช่น เบื้องหลังก่อนจะมาเป็นเรื่องเล่า (pre-stories) เศษเสี้ยวความคิดและประสบการณ์ สิ่งคับข้องใจที่ไม่ได้บอกใคร หรือเรื่องขำขัน เพื่อนำมาร้อยเรียงให้เกิดเป็นเรื่องราวที่สมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Media Conte จะเน้นการทำงานร่วมกันอย่างมาก ซึ่งเป็นกิจกรรมที่คำนึงถึงความเขินอายของชาวญี่ปุ่น นอกจากนี้ กิจกรรมนี้ยังให้มีการผลิตเรื่องราวในหลากหลายรูปแบบของเรื่องเดียวกัน แทนที่จะเล่าเรื่องเดิมซ้ำๆ ไปเรื่อยๆ

กิจกรรมที่จะช่วยค้นหา “เบื้องหลังของเรื่องเล่า” หรือ “เมล็ดพันธุ์ของเรื่อง” นั้นถูกออกแบบให้มีความสนุกสนาน มีการใช้เกมไพ่แบบญี่ปุ่น กลอนสั้น โทรศัพท์แบบหมุนตัวเลข เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเกิดความสบายใจ ได้หัวเราะร่วมกันและร้องให้ร่วมกัน ตัวอย่างเช่น กิจกรรม Telephonoscope ใช้ iPad ที่ลงโปรแกรมไว้ก่อน เพื่อให้คนเล่าเรื่องโดยการพูดใส่ไมโครโฟน แต่แทนที่จะใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเดียวก็นำโทรศัพท์รุ่นหมุนเบอร์มาใช้ร่วมกับแอปพลิเคชันในไอแพดด้วย สร้างเสียงหัวเราะและทำให้เกิดผลงานที่เห็นได้ชัดและสวยงาม

แม้ว่าการทำเวิร์คช็อปต้องอาศัยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสื่อท้องถิ่น แต่เวิร์คช็อป DST ของ Media Conte ค่อนข้างง่าย ใครก็จัดทำได้ โดยครั้งแรกอาจจะต้องมีการช่วยเหลือในการจัดกิจกรรม แต่ครั้งต่อไป บุคคลจากมหาวิทยาลัย หรือจากองค์กรสื่อในท้องถิ่น) ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญ และสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสื่อเองก็จะได้นเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวของประชาชนในท้องถิ่นด้วย

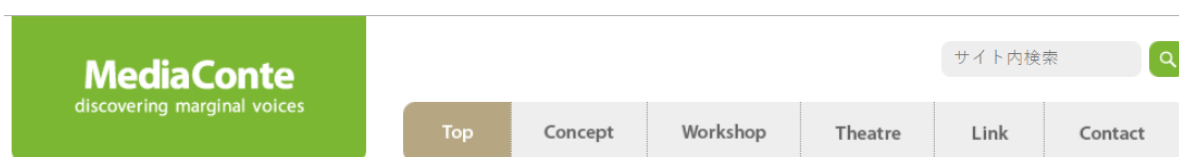
### ประโยชน์ของ Digital Storytelling ต่อการสร้างความรู้เท่าทันสื่อ

แม้ว่าผลผลิตของโครงการ DST อาจมีข้อบกพร่องในด้านคุณภาพของภาพ พล็อตเรื่องและการตัดต่อ เพราะเป็นฝีมือของบุคคลทั่วไป จึงอาจยังไม่ได้ระดับเดียวกับผู้ผลิตมืออาชีพ แต่ในความจริงแล้ว DST ถือเป็นปากเสียงของคนในพื้นที่อย่างแท้จริง โดยไม่จำเป็นต้องได้คุณภาพทัดเทียมกับมืออาชีพ ผลงาน DST เหล่านี้ เมื่อสั่งสมมากขึ้นก็จะกลายเป็นเรื่องราวจากชุมชนที่หลากหลาย เกิดเป็นเครือข่าย DST ออนไลน์ จนอาจพัฒนาเป็นศิลปะท้องถิ่นดิจิทัล (Digital Folk art)

การร่วมมือกันของชุมชนในการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล (community-based collaborative digital storytelling) จะก่อให้เกิดความรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล เนื่องจากสามารถแนะนำการใช้สื่อใหม่ในขณะที่ยอมรับความรู้เท่าทันสื่อเก่าด้วย โดย DST สามารถสร้างความรู้เท่าทันสื่อได้ในสองแนวทางสำคัญดังนี้

1. ขั้นตอนการผลิต DST นั้นเป็นประสบการณ์ที่ครบถ้วนของความรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจากในกระบวนการ DST ทั้ง 3 องค์ประกอบของความรู้เท่าทันสื่อ คือ การใช้เทคโนโลยี (technological operation) การรับรู้เชิงวิพากษ์ (critical reception) และการแสดงออกอย่างตื่นตัว (active expression) จะมีเกิดขึ้นและมีปฏิสัมพันธ์อย่างอิสระระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับผู้ดำเนินกิจกรรม ซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่าหลักสูตรการสอนความรู้เท่าทันสื่อแบบเดิม หรือแบบรายบุคคล
2. DST จะก่อให้เกิด “ชุมชนสื่อสาร” (mediated communities) ย่อย ๆ มากมาย ระหว่างขั้นตอนการสร้างและการรับสาร เกิดขึ้นในระหว่างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เช่นการใช้ การชม การเกิดความเพลินเพลิน การบริโภค การแลกเปลี่ยน การแชท ซึ่งสื่อดั้งเดิมก่อให้เกิด “รัฐชาติ” แต่ไม่สามารถก่อให้เกิดชุมชนย่อยที่สร้างการสานเสวนาภายในชุมชนได้ ซึ่งสมาชิกในชุมชนจะได้เรียนรู้การแยกแยะระหว่างเรื่องเล่าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กับเรื่องเล่าที่มาจากสื่อกระแสหลัก ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการรับข้อมูลและแสดงออกในเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับเรื่องราวและรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ซึ่ง “ชุมชนสื่อสาร” ที่เกิดขึ้นนี้ จะทำหน้าที่เป็นแหล่งพุ่มพักและพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อใหม่ จึงควรส่งเสริมให้ชุมชนต่าง ๆ มี DST ของตนเอง และมีเครือข่ายชุมชน DST ซึ่งจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับประเทศอื่นได้

โครงการ Media Conte เป็นโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการในการการผลิต Digital Storytelling ที่เน้นไปที่เสียงจากกลุ่มชายขอบ Media Conte เป็นความพยายามหารูปแบบ DST ที่เหมาะกับบริบทของญี่ปุ่น เพื่อให้คนญี่ปุ่นที่มักไม่กล้าแสดงออกได้แสดงความรู้สึกของตนเอง โครงการนี้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2008 โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายตั้งแต่วัยรุ่นจากต่างเชื้อชาติ ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และนักเรียนในจังหวัดต่างๆ มีผลงานคลิปที่ผลิตขึ้นในโครงการกว่า 100 คลิป เรื่องเล่าดิจิทัลที่ผลิตสำเร็จแล้วจะมีการอัปโหลดขึ้นบนเว็บไซต์และแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่น



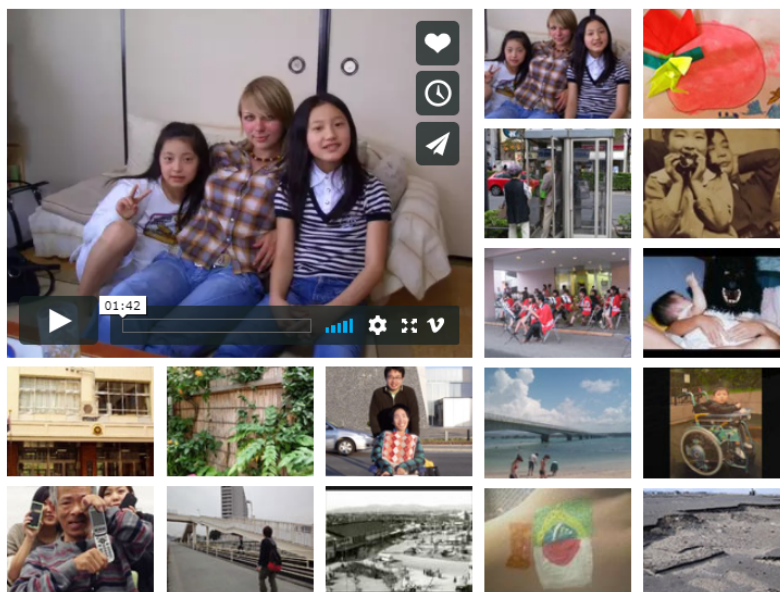
## 対話と遊びから始まるデジタル・ストーリーテリング

a collaborative and playful workshop for digital storytelling

### “メディア・コンテとは

メディア・コンテは、みんなでわいわい話をしながら、私たちが暮らしのなかで感じるなにげない想いや意見を、写真と声を使った2分程度の映像（デジタル・ストーリー）にしていくワークショップです。

これまで在日外国人の子どもたちやお年寄りなどとさまざまな社会実践を重ねてきました。毎回、世界に一つだけの心にしみる作品ができ上がり、参加者同士の理解や共感も深まって、ワークショップが終わった後は、身のまわりのなにげない風景がちょっとだけ様変わりして見えるようになります。私たちは多くの場合、ストーリーとはいえないような、もやもやした想いや不満を抱えて生きています。そうした日常のあれこれにあらためて目を向け、自分とそのまわりの世界を誰かとともに見直してゆくことで、そこから社会を問なおすような大事なストーリーが生まれる可能性があるのです。



### คุณลักษณะของโครงการ Media Conte

1. การสร้างเสียงให้ผู้ไร้เสียง - หลายคนไม่รู้ว่าจะเล่าเรื่องอะไรและอย่างไร แม้ว่าจะมีความรู้สึก ความไม่พอใจ แต่ก็เก็บไว้จนกลายเป็นความเก็บกดในใจ โครงการ Media Conte มีเป้าหมายเพื่อหาแบบจำลองของ DST สำหรับญี่ปุ่น เพื่อเป็นปากเสียงให้กับประชาชนทั่วไป
2. การใช้เกมเพื่อเรียก “เสียง” ที่เก็บไว้ในใจออกมา การพูดคุยกันจำเป็นต้องคิดและมองในมุมมองที่แตกต่างจากมุมมองทั่วไปชีวิตประจำวัน ดังนั้นในการดึงเอาความคิดออกจากความเป็นตัวเองในทุก ๆ วัน



จึงมีการคิดและใช้กิจกรรมกึ่งเกมจำนวนมากที่ช่วยให้เกิดความคิดและการแสดงออกใหม่ ๆ ที่แตกต่าง ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างคนในกลุ่ม

3. การพัฒนาเรื่องจากวาทกรรม – เรื่องไม่ได้เกิดจากภายในตัวบุคคลเท่านั้น แต่ยังได้มาจากการพูดคุยกันอีกด้วย ทั้งผู้พูดและผู้ฟังต่างก็ต้องตั้งใจฟังเรื่องราวของอีกฝ่าย และค้นหาประเด็นที่จะนำมาเล่าเป็นเรื่องราวในแบบของตนเอง เรื่องที่ดูแสนจะธรรมดาในสายตาของเราอาจมีความน่าสนใจสำหรับคนอื่นก็ได้ และเรื่องธรรมดา ๆ ของคนอื่นก็อาจเป็นเรื่องที่น่าสนใจสำหรับเราได้เช่นกัน การทบทวนตัวเองและบริบทแวดล้อมจากการสนทนาช่วยให้เกิดมุมมองใหม่ ๆ และเกิดโลกทัศน์ที่กว้างไกลยิ่งขึ้นได้
4. การทำงานร่วมกับสื่อท้องถิ่น – หลังจากได้เรื่องราวที่ต้องการเล่าแล้ว ก็จะมีแลกเปลี่ยนเรื่องราวระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรม และยังนำผลงานไปออกอากาศทางสื่อท้องถิ่น เช่น เคเบิลทีวีในอีกด้วย คนเราแม้อยู่ในพื้นที่เดียวกันก็อาจไม่เคยรู้เลยว่าคนในท้องถิ่นคิดอย่างไรหรือรู้สึกอย่างไร การร่วมมือกับสื่อในท้องถิ่นในการทำเวิร์คช็อปและนำเสนอมุมมองและวิธีการใหม่ ๆ ได้
5. การทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น การอบรมใช้เวลา 2-3 วัน ที่ศูนย์ความร่วมมือชุมชน (Community Collaboration Centre) ของมหาวิทยาลัยในชุมชน โดยมีนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเป็นผู้ช่วยค้นหาประเด็นของเรื่อง เรียบเรียงเรื่อง และตัดต่อคลิปวิดีโอ เป็นทั้งผู้ดำเนินกิจกรรม ผู้ติดต่อ และผู้ร่วมผลิต





### กระบวนการในกิจกรรมเวิร์คช็อป DST ของ Media Conte

กิจกรรมจะถูกปรับให้เหมาะสมกับผู้เข้าร่วมและวัตถุประสงค์ในแต่ละครั้ง แต่โดยทั่วไปประกอบด้วยขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. เรื่องจากภาพ (กิจกรรมคู่ ใช้เวลาประมาณ 5 นาที) ผู้เข้าร่วมและผู้ดำเนินกิจกรรมจับคู่กันและช่วยกันคิดเรื่อง ที่เชื่อมโยงรูปภาพสองรูปที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย โดยคิดคำที่เป็นคีย์เวิร์ดของแต่ละภาพและเขียนลงบน sticky notes จากนั้นจึงนำคำเหล่านี้มาร้อยเรียงเป็นเรื่องราว



2. หัวข้อเรื่อง (3 คน คนละ 2-3 ครั้ง) ในขั้นตอนนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะคิดเรื่องราวของตนเอง เริ่มจากจัดกลุ่ม ผู้ดำเนินการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมให้ได้สามหรือสี่คน ผู้ดำเนินกิจกรรมจะให้หัวข้อ เช่น ความยุ่งยาก สมบัติ ของฉัน มือ ฯลฯ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตอบคำถามตามหัวข้อ และผู้ดำเนินกิจกรรมก็จะโยนคำถามไปที่ผู้ตอบแต่ละคนเพื่อให้เกิดไอเดียที่จะนำมาเล่าเป็นเรื่อง ซึ่งอาจจะดึงมาจากเรื่องที่ทุกคนตอบคล้าย ๆ กัน ซึ่งจะนำไปสู่สิ่งที่พวกเขาอยาก “พูด” ได้จริง



3. สร้างเรื่อง (ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง) เลือกประเด็นจากกระดาษติดกาวที่ทำไว้ในขั้นตอนแรกเพื่อเป็นแก่นของเรื่อง และนำมาเรียบเรียงฉากเหตุการณ์คร่าว ๆ 5 ฉาก เลือกว่าแต่ละฉากควรใช้ภาพอะไรประกอบและร่างคำบรรยายสำหรับแต่ละฉาก จากนั้นก็นำผลงานที่ได้นำเสนอต่อกลุ่มอื่นเพื่อช่วยกันออกความเห็นเพื่อช่วยให้งานออกมาน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น เริ่มอย่างไรให้ดึงความสนใจ และจบอย่างไรให้ตราตรึง ตลอดจนการตั้งชื่อเรื่อง





#### 4.การผลิต ประกอบด้วยการถ่ายภาพเพื่อนำมาประกอบเรื่อง



5.การทำ Storyboard - ในขั้นตอนที่ 3 นับเป็นการทำสตอรี่บอร์ด และในขณะเดียวกันก็เป็นการร่างบทบรรยายสำหรับแต่ละฉากด้วย ซึ่งบทบรรยายนี้ต้องเป็นคำพูดจากตัวผู้เล่าเรื่องเอง ให้เหมือนกับกำลังเล่าจากสิ่งที่คิดจริง ไม่ใช่การเล่าแบบเป็นกลางเหมือนการรายงานข่าว



6. ขั้นตอนต่อไปคือการลงเสียงและการตัดต่อ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการลงเสียง และตัดต่อให้ได้คลิปความยาวประมาณ 2 นาที



7. การเปิดคลิปให้ทุกคนได้ดู ถือเป็นขั้นตอนสุดท้าย

### ปัญหาและอุปสรรคของ Media Conte

โดยทั่วไปถือเป็นกิจกรรมที่บรรลุวัตถุประสงค์ในเชิงปฏิบัติ กล่าวคือผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถเล่าเรื่องได้อย่างไรก็ตาม พบว่ารูปแบบการสร้างเรื่องจากการทำงานร่วมกันทำให้เกิดปัญหาสองประการ ประการแรก พบว่าผู้ดำเนินกิจกรรมต้องมีทัศนคติที่ดีต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมในกลุ่ม เนื่องจากในการพูดคุยสนทนาพบว่ายังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่ได้ “เมล็ดพันธุ์ของเรื่อง” ดังที่ต้องการ นอกจากนี้ยังพบว่า กิจกรรมจะมีประสิทธิภาพที่สุดหากผู้ดำเนินกิจกรรมมีภูมิหลังที่แตกต่างกับผู้เข้าร่วม เพราะจะทำให้ผู้ดำเนินกิจกรรมรู้สึกสนใจและตั้งคำถามมากขึ้น แม้ว่าอาจจะไม่ค่อยเข้าใจก็ตาม ปัญหาที่สองเนื่องจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องพึ่งพาผู้ดำเนินกิจกรรมค่อนข้างมาก โดยเฉพาะผู้เข้าร่วมที่มีความประมาท ซึ่งทำให้ผู้ดำเนินกิจกรรมอาจจะริเริ่มความคิดที่ค่อนข้างแรง เวลาคิดเรื่องออกมา ซึ่งบางครั้งประเด็นนี้อาจควบคุมได้ยาก ดังนั้น ผู้ดำเนินกิจกรรมต้องพึงระวังไม่ก้าวล่วงล้ำมากเกินไปในการช่วยสร้างแนวคิดเรื่อง

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ” มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ
2. เพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลของเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล จากกรณีศึกษาในต่างประเทศ จำนวน 6 กรณีศึกษา 6 กรณีศึกษา จาก 6 ประเทศ คือ

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา: The News Literacy Project (NLP)
2. ประเทศแคนาดา: The Ontario Media Literacy Curriculum
3. สหภาพยุโรป: European Association for Viewers Interests (EAVI)
4. ประเทศอินเดีย: The Peace Gong Media Literacy Programme
5. ประเทศออสเตรเลีย: SeeMe Media Literacy Project
6. ประเทศญี่ปุ่น: Digital Storytelling (DST) for Media Literacy

โดยสามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ

ผลการศึกษา สามารถสรุปรายละเอียดของกรณีศึกษาในแต่ละประเทศได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปรายละเอียดของกรณีศึกษาในแต่ละประเทศ

โครงการ	จุดเน้น / กลุ่มเป้าหมาย	องค์ประกอบสำคัญ / สื่อที่ใช้ในการขับเคลื่อน	ผลที่เกิดขึ้น	ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จ
1. The News Literacy Project (สหรัฐอเมริกา)	<p><b>จุดเน้น:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การรู้เท่าทันข่าวสารและ</li> <li>ความสามารถในการแยกแยะความน่าเชื่อถือของข้อมูล</li> </ul> <p><b>กลุ่มเป้าหมาย:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักเรียนมัธยมต้นและมัธยมปลาย</li> <li>- ครู</li> </ul>	<p><b>องค์ประกอบสำคัญ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักสูตรห้องเรียนออนไลน์</li> <li>- หลักสูตรนอกเวลาเรียน</li> <li>- หลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับนักเรียน</li> <li>- หลักสูตรพัฒนาผู้สอนมืออาชีพ</li> </ul> <p><b>สื่อที่ใช้:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เว็บไซต์</li> <li>- สื่อบุคคล / การอบรมเชิงปฏิบัติการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ครูมากกว่า 11,700 คน จาก 86 ประเทศ</li> <li>ลงทะเบียนใช้หลักสูตร Checkology ในการสอนนักเรียนมากกว่า 1.78 ล้านคน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีพันธมิตรเครือข่ายองค์กรข่าวและนักข่าวมืออาชีพ</li> <li>- ผู้ก่อตั้งมีความเชี่ยวชาญ</li> <li>- มีระบบ Platform เป็นของตนเอง</li> <li>- มีองค์ความรู้ที่ดี เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนทุกระดับ</li> </ul>
2. The Ontario Media Literacy Curriculum (แคนาดา)	<p><b>จุดเน้น:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเรียนการสอนความรู้เท่าทันสื่อและการคิดเชิงวิพากษ์ในระบบการศึกษา</li> </ul> <p><b>กลุ่มเป้าหมาย:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักเรียนระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา</li> <li>- ครู</li> </ul>	<p><b>องค์ประกอบสำคัญ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การกำหนดนโยบายหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับ</li> </ul> <p><b>สื่อที่ใช้:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คู่มือและสื่อการสอนสำหรับครูผู้สอน</li> <li>- ชิ้นงานสื่อในสื่อมวลชนที่นำมาประกอบการสอน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นแห่งแรกในโลกที่บรรจุการรู้เท่าทันสื่อเข้าไว้ในการศึกษาภาคบังคับ</li> <li>- มีสาขาการรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา</li> <li>- ทุกรัฐในแคนาดามีหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาภาคบังคับ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งกลุ่มองค์กรเพื่อสาธารณะที่ขับเคลื่อนด้าน การรู้เท่าทันสื่อ สมาคมครู และผู้ปกครอง และองค์กรสื่อวิชาชีพ</li> <li>- การมีสมาคมด้านความรู้เท่าทันสื่อที่เข้มแข็ง (AML) ที่ช่วยสร้างชุดความรู้และให้คำแนะนำในการสอนความรู้เท่าทันสื่อ</li> <li>- ความเข้มแข็งของภาคประชาชน ทั้งจากผู้ปกครองและครูในการขับเคลื่อนและกดดันภาครัฐและองค์กรสื่อ</li> </ul>

โครงการ	จุดเน้น / กลุ่มเป้าหมาย	องค์ประกอบสำคัญ / สื่อที่ใช้ในการ ขับเคลื่อน	ผลที่เกิดขึ้น	ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จ
3. European Association for Viewers Interests (สหภาพยุโรป)	จุดเน้น: - ความรู้เท่าทันสื่อ เพื่อความเป็น พลเมือง กลุ่มเป้าหมาย: - เด็ก - ผู้ปกครอง - ประชาชนทั่วไป - ผู้กำหนดนโยบาย ของสหภาพยุโรป	องค์ประกอบสำคัญ: - การผลิตสื่อ - การจัดกิจกรรม - การจัดการประชุม นานาชาติ - การวิจัย สื่อที่ใช้: - เว็บไซต์ - โซเชียลมีเดีย - วิดีโอคลิป - คู่มือการใช้สื่อ	- สามารถผลักดันการรู้เท่า ทันสื่อเข้าสู่กฎหมายของ สหภาพยุโรปได้สำเร็จ	- การมีเครือข่ายสนับสนุนที่ กว้างขวางและน่าเชื่อถือ เช่น UNESCO และสภา สหภาพยุโรป - การมีเครือข่ายบุคคลที่ เข้มแข็ง ทั้งนักวิชาการและ นักณรงค์ที่สามารถผลักดัน เชิงนโยบายได้ - การจัดการรณรงค์ที่ หลากหลายและต่อเนื่อง ทั้ง การผลิตเนื้อหาที่ หลากหลายในหลายภาษา และการจัดกิจกรรมในหลาย ประเทศ
4. The Peace Gong Media Literacy Programme (อินเดีย)	จุดเน้น: - การอยู่ร่วมกัน อย่างสันติ กลุ่มเป้าหมาย: - เด็กและเยาวชน อายุไม่เกิน 18 ปี - ชุมชน - โรงเรียน	องค์ประกอบสำคัญ: - การผลิตสื่อโดย อาสาสมัครเยาวชน - การอบรมเยาวชนใน การผลิตสื่อ สื่อที่ใช้: - หนังสือพิมพ์ - เว็บไซต์ - หนังสือพิมพ์เสียง - โซเชียลมีเดีย - หนังสือพิมพ์อักษร เบรลล์ - หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ - E-Book	- เกิดโครงการ Peace Gong ใน 14 รัฐของ อินเดียและในอีก 5 ประเทศ - โครงการได้รับรางวัล Volunteers Award จาก องค์การสหประชาชาติ - หัวหน้าโครงการได้รับ เลือกให้เป็นทูตสิทธิ เยาวชนสตรีระดับ นานาชาติ - การจัดตั้งชมรม Peace Gong ในโรงเรียนหลาย แห่งทั่วอินเดีย	- การคัดเลือกอาสาสมัคร เด็กที่มีความตั้งใจและมี ศักยภาพจากชุมชนต่างๆ และอบรมให้เป็นผู้นำ เยาวชนได้ - การได้รับการสนับสนุน จากหน่วยงานสำคัญที่ น่าเชื่อถือ รวมทั้งบุคลากร สื่อวิชาชีพด้วย
5. SeeMe Media	จุดเน้น: - การสร้างทัศนคติ	องค์ประกอบสำคัญ: - เว็บไซต์	- ผลการประเมินโครงการ พบว่าผู้เข้าร่วมมีทักษะ	- การให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วน ร่วมกับการออกแบบเนื้อหา



โครงการ	จุดเน้น / กลุ่มเป้าหมาย	องค์ประกอบสำคัญ / สื่อที่ใช้ในการขับเคลื่อน	ผลที่เกิดขึ้น	ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จ
Literacy Project (ออสเตรเลีย)	<p>เชิงบวกเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาของตนเอง</p> <p><b>กลุ่มเป้าหมาย:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักเรียน โดยเฉพาะช่วงชั้นมัธยม 2</li> <li>- ครู</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การทำกิจกรรมโดยผู้่นักเรียน</li> <li>- การทำกิจกรรมตามชุดการเรียนรู้</li> </ul> <p><b>สื่อที่ใช้:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เว็บไซต์</li> <li>- หนังสือพิมพ์</li> <li>- ผู้่นักเรียน</li> <li>- เครื่องมือสารสนเทศในการทำกิจกรรม เช่นเว็บไซต์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์</li> </ul>	<p>การรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น, พอใจในรูปร่างของตัวเองมากขึ้น, ตระหนักรู้เกี่ยวกับภาพเหมารวมทางเพศของสื่อ, มีทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ที่ดีขึ้น, มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกลไกของโฆษณาและสื่อมากขึ้น, และมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมที่ดีขึ้น</p>	<p>และการพัฒนาสื่อ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีประเด็นรณรงค์ที่ชัดเจน</li> <li>- การได้รับความร่วมมือจากโรงเรียนในการทดลองโครงการ</li> </ul>
6. Digital Storytelling for Media Literacy (ญี่ปุ่น)	<p><b>จุดเน้น:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสร้างความรู้ทันสื่อที่ก่อให้เกิดความร่วมมือของคนในชุมชน</li> </ul> <p><b>กลุ่มเป้าหมาย:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคคลทั่วไปในชุมชนต่างๆ</li> <li>- ผู้ที่ไม่กล้าแสดงออก</li> <li>- สถาบันการศึกษา และสื่อท้องถิ่น</li> </ul>	<p><b>องค์ประกอบสำคัญ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดเวิร์คช็อปในรูปแบบต่างๆเพื่อผลิตเรื่องเล่าดิจิทัล</li> <li>- อาสาสมัครผู้ดำเนินกิจกรรม</li> </ul> <p><b>สื่อที่ใช้:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คลิปวิดีโอ</li> <li>- สื่อท้องถิ่นที่ช่วยเผยแพร่เรื่องเล่า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เกิดความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆในชุมชน</li> <li>- เกิดสื่อชุมชนที่สามารถบันทึกเป็นประวัติศาสตร์ของชุมชนได้</li> <li>- เกิดต้นแบบการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัลสำหรับผู้ไม่กล้าแสดงออก</li> <li>- เกิดช่องทางให้ผู้ที่มีความเสี่ยง หรือไม่มีช่องทางแสดงออกได้เรียนรู้เรื่องความรู้เท่าทันสื่อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความร่วมมือของคนในชุมชน</li> <li>- การออกแบบวิธีการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ</li> <li>- การออกแบบวิธีการเรียนรู้โดยคำนึงถึงปัจจัยทางวัฒนธรรม</li> <li>- การออกแบบกิจกรรมที่ง่ายและสนุกในรูปแบบของเกม โดยไม่เน้นที่คุณภาพของชิ้นงานที่เกิดขึ้น</li> </ul>

## 5.2 การอภิปรายผล: แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลของเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

จากการศึกษา ทั้ง 6 โครงการการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อในต่างประเทศ พบว่ามี 5 ประเด็นที่นำเสนอและควรนำมาประยุกต์ใช้กับการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ดังนี้

### 5.2.1 การได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ไม่ว่าจะโครงการเล็กหรือใหญ่ จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้เลยหากขาดเครือข่ายที่ดี ตั้งแต่เครือข่ายระดับชุมชนอย่างโครงการ Digital Storytelling ไปจนถึงเครือข่ายระดับประเทศอย่างโครงการ Ontario Curriculum และระดับนานาชาติอย่าง EAVI โดยภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งคือ

- สถาบันการศึกษา ทั้งโรงเรียนและมหาวิทยาลัยในชุมชน ในการให้พื้นที่ในการจัดกิจกรรม การทดลองและขยายโครงการ และการให้บุคลากร ทั้งครูและนักเรียนนักศึกษาเข้าร่วมในกิจกรรม รวมถึงเป็นผู้ออกแบบและดำเนินกิจกรรมด้วย
- องค์กรสื่อมวลชน ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ในการให้องค์ความรู้ เป็นวิทยากรถ่ายทอดประสบการณ์ ร่วมออกแบบกิจกรรม ช่วยประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารและสื่อของโครงการ และให้การอนุเคราะห์สื่อเพื่อเป็นตัวอย่างในการทำกิจกรรม
- องค์กรภาคประชาชน ทั้งเครือข่ายผู้ปกครอง ครู หรือสมาคมต่างๆในชุมชน ที่จะช่วยกันรณรงค์กดดัน (เช่นกรณี Ontario Curriculum) ร่วมกิจกรรม คัดเลือกอาสาสมัคร และให้การสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ
- องค์กรระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ ซึ่งอาจจะไม่ได้ให้การสนับสนุนโดยตรง แต่หากเพียงแค่นี้ได้มีการรับรองการดำเนินงาน ย่อมจะทำให้โครงการมีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ ทำให้สามารถขยายผลการดำเนินงานในเชิงพื้นที่ได้ มีความน่าเชื่อถือในการรับทุนสนับสนุน รวมถึงการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายด้วย

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** การขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงควรที่จะขับเคลื่อนไปบนพื้นฐานของการมีเครือข่ายที่เข้มแข็งและหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษา องค์กรสื่อมวลชน องค์กรภาคประชาชน และองค์กรระดับประเทศหรือนานาชาติ หากดำเนินการด้วยเจตนาและความมุ่งมั่นที่ดีแต่ขาดเครือข่ายที่ดีย่อมจะมีความลำบากในการขยายผล สร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือ ผลักดันนโยบายในระดับที่สูงขึ้น หรือสร้างองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องและทันสมัย และเป็นที่น่าสังเกตว่า ใน 6 โครงการนี้ ไม่ได้มีองค์กรธุรกิจเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน ยกเว้นองค์กรธุรกิจสื่อที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่างๆ จึง

อาจมองได้ว่า การพิจารณาให้องค์กรธุรกิจเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินอาจส่งผลในแง่ลบมากกว่าแง่บวก ทั้งในด้านภาพลักษณ์ความเป็นกลางของโครงการ ข้อจำกัดในการดำเนินงานทั้งในแง่เงื่อนไขและในแง่การออกแบบเนื้อหาการเรียนและกิจกรรม ผู้ขับเคลื่อนนโยบายจึงพิจารณาแหล่งทุนสนับสนุนหรือองค์กรเครือข่ายอย่างระมัดระวัง แต่อาจสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เป็นกลาง กองทุนหรือมูลนิธิเพื่อประโยชน์สาธารณะ เช่น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สสส. หรือกองทุนจากกสทช. หรือสถาบันการศึกษา (ซึ่งอาจเป็นสถานศึกษาเอกชนก็ได้) และหน่วยงานรัฐควรที่จะตระหนักและให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อ หรือพิจารณาให้ความอนุเคราะห์หรือสนับสนุนโครงการที่มีประโยชน์และมีความน่าเชื่อถืออย่างต่อเนื่อง โดยสามารถที่จะออกแบบโจทย์การรณรงค์ความรู้เท่าทันสื่อให้มีความเกี่ยวข้องและตอบวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดของหน่วยงานด้วยก็เป็นได้

## 5.2.2 การออกแบบเนื้อหาที่มีประเด็นชัดเจน และสอดคล้องกับปัญหาสำคัญของประเทศ

แทบทุกโครงการจากกรณีศึกษา มีประเด็นหลักของการขับเคลื่อน เช่นการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร ของโครงการ News Literacy Project, การสร้างสันติภาพ ของโครงการ The Peace Gong, การสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาของตนเอง ของโครงการ SeeMe หรือแม้แต่โครงการขนาดใหญ่อย่าง EAVI ก็เน้นไปที่การสร้างพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย ซึ่งการมีประเด็นหลักในการรณรงค์ ทำให้โครงการมีทิศทางที่ชัดเจนและโดดเด่นเป็นที่รู้จักและจดจำได้ง่าย นอกจากนั้นการออกแบบเนื้อหานั้นควรที่จะสอดคล้องกับปัญหาของประเทศ ที่ไม่จำเป็นจะต้องเป็นปัญหาเกี่ยวกับสื่อ เนื่องจากความรู้เท่าทันสื่อ นั้นสามารถบูรณาการไปกับเนื้อหาได้แทบทุกประเภท ซึ่งจะทำให้ได้รับความสนใจและการตอบรับที่ดี เช่นปัญหาข้อมูลปลอม (fake news) ในสหรัฐอเมริกา ที่ทำให้เกิดความต้องการในการรู้เท่าทันข่าวสาร และวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับมา หรือการออกแบบการเล่าเรื่องผ่านสื่อในญี่ปุ่นที่ปรับรูปแบบจากแนวทางในตะวันตกออกมาเป็นรูปแบบที่กระตุ้นให้คนกล้าแสดงออกเนื่องจากคนญี่ปุ่นไม่กล้าแสดงออกเหมือนคนตะวันตก หรือโครงการ The Peace Gong ที่ตอบสนองปัญหาการใช้ความรุนแรงระหว่างเชื้อชาติที่หลากหลายในประเทศอินเดีย

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** ดังนั้นในการออกแบบเนื้อหาความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงสามารถที่จะบูรณาการไปพร้อมกับปัญหาสำคัญของประเทศไทย เช่นปัญหาคอร์รัปชัน สามารถให้เยาวชนผลิตสื่อที่ต่อต้านคอร์รัปชัน จนไปถึงการวิเคราะห์การทำหน้าที่ของสื่อในการต่อต้านหรือเอื้อต่อการคอร์รัปชัน ซึ่งเนื้อหาสามารถมีระดับความยากง่ายไปตามระดับอายุของเยาวชน หรืออาจเป็นเรื่องความเหลื่อมล้ำ ความขัดแย้ง ความเสื่อมของวัฒนธรรม ความตกต่ำของการศึกษา ปัญหาอุบัติเหตุ ยาเสพติด หรือปัญหาอื่น ๆ ที่ต้องการรณรงค์ได้ จะสามารถ

สร้างกระแสความสนใจ และได้รับการตอบรับจากหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐได้มากกว่าเพียงแค่ การรณรงค์ให้เยาวชน “รู้เท่าทันสื่อ” ในภาพกว้าง ซึ่งมักจะพุ่งเป้าไปที่การวิจารณ์สื่อมวลชนให้เป็นจำเลยโดยตรง สื่อมวลชนย่อมจะมีแนวโน้มไม่ให้ความร่วมมือ ซึ่งดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นว่าสื่อมวลชนเป็นภาคส่วนที่สำคัญในการ ขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อในสังคม จึงควรรหาแนวทางที่สื่อมวลชนยินดีที่จะเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

### 5.2.3 การสร้างองค์ความรู้และการวิจัยทางความรู้เท่าทันสื่อ หรือมีองค์กรที่มีความรู้สนับสนุน

การขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อ จำเป็นต้องขับเคลื่อนบนพื้นฐานขององค์ความรู้ โดยเฉพาะความรู้ใหม่ๆ ที่ ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล หน่วยงานที่ขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อจึงจำเป็นต้องมีการสร้างองค์ความรู้ เรื่องความรู้เท่าทันสื่อที่ทันสมัยตลอดเวลา และ/หรือ มีองค์กรที่มีองค์ความรู้นี้เป็นผู้สนับสนุน ในกรณีของ EAVI นั้นมีการทำวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้เป็นของตัวเอง ทั้งยังจัดกิจกรรมการประชุม การเสวนา หรือแม้แต่การประชุม ระดับนานาชาติในเรื่องความรู้เท่าทันสื่อ จึงมีความน่าเชื่อถือ และมีข้อมูล องค์ความรู้ที่ทันสมัยในการสร้างสื่อและ การทำกิจกรรมอยู่ตลอดเวลา จนสามารถขับเคลื่อนผลักดันนโยบายระดับนานาชาติได้ ส่วนกรณีของ The Ontario Curriculum นั้นประสบความสำเร็จได้ด้วยการที่มีองค์กร Association of Media Literacy (AML) ที่ตั้งอยู่ในรัฐเดียวกันเป็นผู้สนับสนุน สร้างชุดการเรียนรู้การสอน ช่วยออกแบบหลักสูตร และอบรมครูผู้สอน ส่วน กรณี Digital Storytelling นั้นมีหัวหน้าโครงการผู้ออกแบบกิจกรรมเป็นศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัยโตเกียว และได้ นักศึกษามหาวิทยาลัยเป็นผู้ช่วยดำเนินกิจกรรม และในกรณีของ News Literacy Project นั้น โครงการ สามารถใช้อองค์ความรู้ด้านวารสารศาสตร์ สร้างรูปแบบเครื่องมือบนเว็บไซต์ที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นลิขสิทธิ์ของ องค์กร ที่ชื่อว่า Checkology™ Virtual Classroom ทำให้โครงการเป็นต้นแบบที่โดดเด่น ได้รับการยอมรับอย่าง กว้างขวาง และสามารถสร้างรายได้มาใช้ดำเนินการโครงการอีกด้วย

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** องค์กรหรือโครงการที่มีความตั้งใจจะขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อ จึงไม่สามารถมองแค่เพียงการจัดกิจกรรม หรือการสร้างคอร์สการอบรมหรือการบรรยายเป็นครั้งๆ แต่จำเป็นต้อง วางแนวทางการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับหน่วยงานตนเองอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว และควรจะต้องมีองค์กรคอยสนับสนุนด้านวิชาการ เช่นสถาบันการศึกษา นักวิชาการ หรือสมาคมที่ มีการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นที่ปรึกษา หากเป็นมูลนิธิหรือกองทุนที่มีทรัพยากรเพียงพอ อาจพิจารณา จัดตั้งขึ้นเป็นหน่วยหรือสถาบันวิชาการที่มีหน้าที่เฉพาะ เช่นเดียวกับสถาบันวิชาการสื่อสารมวลชนของไทป์บีเอส หรือการสนับสนุนการวิจัยของ สสส., กสทช. หรือกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้อง เป็นองค์ความรู้ด้านความรู้เท่าทันสื่อโดยตรง แต่อาจเป็นข้อมูลสำคัญที่การขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อ

จำเป็นต้องใช้แต่การศึกษาทั่วไปมักมองข้ามไป เช่นพฤติกรรมการรับสื่อของผู้บริโภคกลุ่มชายขอบ หรือถ้าสามารถสร้างองค์ความรู้ (ทั้งสร้างด้วยตนเองหรือร่วมมือกับองค์กรไม่หวังผลกำไร เช่นสถาบันการศึกษา) ในการพัฒนาเทคโนโลยีขึ้นได้เอง เช่นในกรณี News Literacy Project ก็จะเป็นผลดี

#### 5.2.4 การถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายลงมือทำกิจกรรมการผลิตสื่อ โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เลี้ยง

หลายโครงการของกรณีศึกษา จะเริ่มต้นด้วยการสร้างความรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงให้โอกาสผู้ร่วมโครงการได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ตั้งแต่เริ่มวางแผนจนถึงผลิตชิ้นงาน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญก็มักจะมีหน้าที่เป็นที่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำในระหว่างการปฏิบัติด้วย เช่นเด็กในโครงการ SeeMe ที่มีการอบรมแล้วให้เด็กเป็นผู้ออกแบบเนื้อหาและรูปแบบเว็บไซต์เอง และนำกิจกรรมเองโดยมีครูเป็นที่เลี้ยง ส่วนโครงการ The Peace Gong ก็ได้รับการอบรมจากนักข่าวมืออาชีพ ก่อนจะให้เด็กเป็นผู้ผลิตสื่อเอง ส่วนโครงการ News Literacy Project ก็เป็นการให้ความรู้โดยนักข่าว เพื่อให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นเองตามที่ตนคิด โครงการ Ontario Curriculum เป็นการเรียนรู้ผ่านครูโดยตรงสู่การบรรยายและกิจกรรมต่างๆที่ออกแบบให้นักเรียนในแต่ละช่วงชั้น ส่วนโครงการ Digital Storytelling เป็นการร่วมกันสร้างสื่อของผู้เล่าและนักศึกษาผู้ดำเนินกิจกรรม ซึ่งจะคอยแนะนำผู้เล่าเรื่องในแต่ละขั้นจนสำเร็จ ซึ่งกระบวนการเช่นนี้จะเกิดการเรียนรู้เรื่องความรู้เท่าทันสื่ออย่างรอบด้าน ตั้งแต่การวางแผน การผลิต และการเผยแพร่ และเนื้อหาที่ได้มาก็ย่อมจะมาจากมุมมองของกลุ่มเป้าหมายโดยตรง นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสสร้างผู้นำเยาวชนรุ่นใหม่ในเรื่องรู้เท่าทันสื่อด้วย

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า บทเรียนที่สำคัญจากกรณีศึกษาจากต่างประเทศในข้อนี้ คือในขั้นตอนการดำเนินงานการขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีองค์ประกอบสามข้อที่สมดุลและเพียงพอ ที่เรียกว่า 3E คือ

- 1) การถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมกับวัย หรือองค์ประกอบของการศึกษาข้อมูล (Education)
- 2) การลงมือปฏิบัติเปลี่ยนองค์ความรู้นั้นเป็นชิ้นงาน ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจและจดจำได้ หรือองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ (Experience)
- 3) การมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เลี้ยงคอยแนะนำ หรือองค์ประกอบของผู้เชี่ยวชาญ (Expert)

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** จากการค้นพบว่า การขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อที่ดี ต้องมีสมดุลของ 3 องค์ประกอบ หรือ 3E แต่จากสังเกตของผู้วิจัย พบว่าการขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย มักจะมี 3E ไม่ครบหรือไม่สมดุล เช่นการเน้นแต่การบรรยายให้ความรู้โดยไม่ได้นำไปปฏิบัติ หรือการเน้นแต่การปฏิบัติเพื่อความสนุกสนานโดยไม่มีพื้นฐานองค์ความรู้ที่เพียงพอหรือเหมาะสม หรืออาจมีการให้ความรู้และการฝึกปฏิบัติ แต่มาจากการออกแบบดูแลโดยผู้ที่ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญหรือไม่มีประสบการณ์ในด้านนั้น เช่นไม่ใช่ให้นักข่าวอาชีพหรือเป็นบริษัทรับจัดกิจกรรม (ออร์แกนเซอร์) ทั่วไป หรืออาจมีผู้เชี่ยวชาญ แต่อาจไม่สามารถถ่ายทอดองค์

ความรู้ได้ดี หรือไม่มีเทคนิคการสอนที่น่าสนใจ เนื่องจากมีประสบการณ์ในเชิงปฏิบัติ ซึ่งความไม่สมดุลนี้อาจจะเนื่องมาจากข้อจำกัดทางบุคคล หรือทางเงินทุน หรือความเข้าใจในการออกแบบนโยบาย ดังนั้นในการวางแผนการขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อ จึงควรที่จะพิจารณาถึงความสมดุลขององค์ประกอบทั้ง 3E นี้ด้วย

### 5.2.5 การใช้สื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ทันสมัย หลากหลาย และต่อเนื่อง

จากการศึกษาทั้ง 6 โครงการพบว่า ทุกโครงการมีการใช้เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลกลาง และแทบทุกโครงการมีการใช้โซเชียลมีเดีย (Facebook, Twitter, YouTube) เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม สื่อที่ผลิตออกมาอย่างต่อเนื่องและทันสมัย โดยมีบางโครงการที่มีการอัปเดตข้อมูล ผลิตสื่ออย่างหลากหลาย และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เช่นโครงการ EAMI และโครงการ News Literacy Project ข้อมูลจึงดูทันสมัย น่าเชื่อถือ และน่าสนใจ แต่บางโครงการที่แม้จะดูได้รับความสำเร็จที่ดี มีองค์ประกอบทั้ง 3E แต่ไม่สามารถรักษาความสำเร็จไว้ได้เนื่องจากขาดความต่อเนื่อง เช่นโครงการ The Peace Gong และโครงการ SeeMe ทำให้ข้อมูลและสื่อต่างๆเก่าและไม่ทันสมัย จึงอาจทำให้มีปัญหาในการขยายผล ความน่าเชื่อถือ และความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรม

**แนวทางการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย** ดังนั้นการดำเนินการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงควรที่จะมีทรัพยากรเพียงพอ ทั้งในแง่บุคลากรและทุนดำเนินการ เพื่อให้เกิดการใช้สื่อดิจิทัลที่เป็นเหมือนสำนักงานออนไลน์ เพื่อสร้างข้อมูลที่ทันสมัย เป็นปัจจุบัน มีข่าวคราวความเคลื่อนไหวของโครงการเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อให้โครงการมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ โดยควรที่จะเป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นเอง ไม่ได้นำมาจากแหล่งอื่น โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย ที่เป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างเนื้อหาสาระในการส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อไปกับกระแสข่าวที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้อย่างไม่ยากเย็นจนเกินไป ซึ่งสามารถสร้างเนื้อหาไว้ล่วงหน้าและตั้งเวลาที่โพสต์ให้เกิดความสม่ำเสมอได้

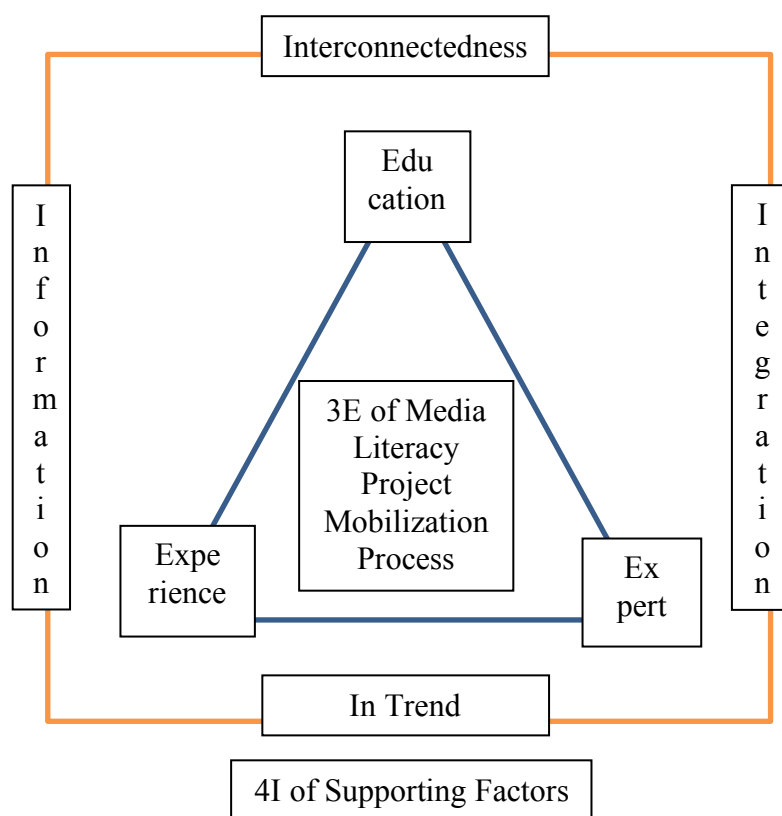
### 5.3 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการอภิปรายผลโดยการประมวลข้อค้นพบทั้ง 5 ข้อที่ได้จากกรณีศึกษาทั้ง 6 ในต่างประเทศนั้น อาจสามารถสรุปได้ว่า บทเรียนที่สำคัญจากกรณีศึกษาจากต่างประเทศในข้อนี้ คือการขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนที่มีประสิทธิภาพนั้น มี 7 องค์ประกอบที่สำคัญ โดยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบด้านการดำเนินการ 3 องค์ประกอบ ซึ่งก็คือ 3E ในข้อ 5.2.4 (Education, Experience, Expert) แต่ยังมีองค์ประกอบด้านการส่งเสริมความเข้มแข็งของการขับเคลื่อน 4 อีกองค์ประกอบ ที่เรียกว่า 4I คือ

- 5) Interconnectedness: ความสามารถเชื่อมโยงโครงการการขับเคลื่อนไปกับภาคส่วนอื่นๆที่ให้การสนับสนุน ทั้งสถาบันการศึกษา องค์กรสื่อมวลชน ภาคประชาชน รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้วย
- 6) Information: การสร้างข้อมูลความรู้ที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อการขับเคลื่อน หรือมีหน่วยงานที่เชื่อมโยงกันที่สามารถสนับสนุนด้านองค์ความรู้ได้
- 7) Integration: การบูรณาการประเด็นการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อให้สอดคล้องเข้ากับปัญหาที่สำคัญของประเทศ
- 8) In Trend: การอัปเดตข้อมูล ความเคลื่อนไหว กิจกรรมของโครงการให้ทันสมัยและน่าสนใจ ผ่านสื่อต่างๆเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและการรับรู้ของสังคม

ดังนั้นจึงสามารถสรุปข้อเสนอแนะของงานวิจัยครั้งนี้ออกมาเป็นภาพ 3E 4I ดังนี้

ภาพที่ 5.1 โมเดล 3E4I ของการขับเคลื่อนโครงการเพื่อความรู้เท่าทันสื่อ





#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งต่อไป สามารถนำเอาโมเดล 3E4I เพื่อใช้วิเคราะห์และประเมินประสิทธิภาพของการขับเคลื่อนโครงการเพื่อความรู้เท่าทันสื่อ ทั้งของต่างประเทศและของประเทศไทย
2. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยจากเอกสาร งานวิจัยครั้งต่อไปจึงสามารถที่จะศึกษาจากการสำรวจความคิดเห็นของเด็กและเยาวชนที่ผ่านโครงการส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ ทั้งในเชิงปริมาณ และ/หรือ เชิงคุณภาพ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้จัดกิจกรรมและโครงการด้วย ว่ามีข้อจำกัด ปัญหาอุปสรรค หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างไรบ้างเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาทั้ง 6 จากต่างประเทศในการศึกษาครั้งนี้

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2557). การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้และเสริมทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต ในระดับเชิงลึกของเยาวชนไทยจากสามองค์ประกอบหลัก. *Veridian E-Journal*. 7 (3): 322-341.

บุษผา เมฆศรีทองคำ และดนุลดา จามจวี. (2554). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ: วิธีทางในการสร้างพลังการรู้เท่าทันสื่อ. *Executive Journal*. 31 (2): 63-69.

ภัทร์ศินี แสนสำแดง. (2557). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่น ในจังหวัดสกลนคร. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*. 6 (12): 47-58.

เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช. (2558). *การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

### ภาษาอังกฤษ

Celot, P. (2017). *Media Literacy and the AVMSD: From Nowhere to Here*. Retrieved December 28<sup>th</sup> 2017 from <https://eavi.eu/media-literacy-nowhere>

Common Sense Media. (2012). *Our K-12 Digital Literacy and Citizenship Curriculum*. Retrieved December 12<sup>th</sup> 2014 from [https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/pdfs/curriculum-overview\\_0.pdf](https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/pdfs/curriculum-overview_0.pdf).

Karuchit, W. (2016). Negative Effects of Digital Media on Thai Youngsters: Case Studies from Thailand and Abroad. *International Journal of Media and Information Literacy*, 1 (2): 122–127.

Mizukoshi, S. (2017). Media Literacy and Digital Storytelling in Contemporary Japan. *The Newsletter*, 76 (Spring): 38-39. Retrieved January 5th 2018 from [https://ias.asia/sites/default/files/IIAS\\_NL76\\_3839.pdf](https://ias.asia/sites/default/files/IIAS_NL76_3839.pdf)

Ogawa, A. & Tsuchiya, Y. (2014). Designing Digital Storytelling Workshops for Vulnerable People: A Collaborative Story-weaving Model from the “Pre-story Space.” *Journal of Socio-Informatics*. 7 (1): 25-36.

Shepherd, R. (1993). Why Teach Media Literacy. *Teach Magazine*. (Oct/Nov 1993), Retrieved March 23<sup>rd</sup> 2011 from [http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media\\_literacy/what\\_is\\_media\\_literacy.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/what_is_media_literacy.cfm).

Thoman, E. & Jolls, T. (2005). *Literacy for the 21<sup>st</sup> Century : An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education*. Retrieved March 23<sup>rd</sup> 2011 from [www.medialit.org](http://www.medialit.org).