

Research Article

แนวทางการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ และแนวทางสำหรับประเทศไทย

THE MOBILIZATION APPROACHES OF MEDIA LITERACY FOR CHILDREN AND YOUNGSTERS IN FOREIGN COUNTRIES, AND THE APPROACHES FOR THAILAND

วรัชญ์ คุรุจิต

Warat Karuchit

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration,
Bangkok, Thailand

Email: warat.ka@hotmail.com

Received: 2018-11-12

Revised: 2018-12-25

Accepted: 2019-02-05

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ และ 2) เพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาเอกสารจากกรณีศึกษา จาก 6 ประเทศ คือ 1) สหรัฐอเมริกา: The News Literacy Project 2) แคนาดา: The Ontario Media Literacy Curriculum 3) สหภาพยุโรป: European Association for Viewers Interests 4) อินเดีย: The Peace Gong Media Literacy Programme 5) ออสเตรเลีย: SeeMe Media Literacy Project 6) ญี่ปุ่น: Digital Storytelling for Media Literacy ผลการศึกษาพบ 5 ประเด็นที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพ คือ 1) การได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) การออกแบบเนื้อหาที่มีประเด็นชัดเจน และสอดคล้องกับปัญหา

สำคัญของประเทศ 3) การสร้างองค์ความรู้และการวิจัยทางความรู้เท่าทันสื่อ หรือมีองค์กรที่มีความรู้
สนับสนุน 4) การถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายลงมือทำกิจกรรมการผลิตสื่อ โดยมีผู้เชี่ยวชาญ
เป็นที่ปรึกษา 5) ความต่อเนื่อง ความทันสมัย และความหลากหลาย ของการสร้างสื่อและทำกิจกรรม
ซึ่งผู้วิจัยจึงได้พัฒนาผลการศึกษาขึ้นเป็นโมเดล 3E4I นั่นคือ Education, Experience, Expert และ
Interconnectedness, Information, Information และ Integration

คำสำคัญ: ความรู้เท่าทันสื่อ ความรู้เท่าทันดิจิทัล การขับเคลื่อน เด็กและเยาวชน

ABSTRACT

This study 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 for developing media and digital literacy of six projects in six foreign countries; 1) The 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, and 5) having continuous, modern, and various media content and activities. From this finding, researcher has developed the 3E4I Model, which comprises of Education, Experience, Expert, Interconnectedness, Information, Information and Integration.

Keywords: media literacy digital literacy mobilization kids and youngsters

บทนำ

ในปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมีอิทธิพลอย่างสูง โดยเฉพาะการเข้ามาของสื่อดิจิทัล ซึ่งรวมถึงสื่อโซเชียลมีเดีย ที่เป็นนิยามของเด็กและเยาวชนเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสื่อจะมีบทบาทและประโยชน์ต่อสังคมหลายประการ แต่การใช้สื่อมวลชนและสื่อดิจิทัลนั้นก็อาจก่อให้เกิดผลในทางลบได้ในหลายประการเช่นกัน โดยมีงานวิจัยที่พบว่าสื่อดิจิทัล อาจก่อให้เกิดผลในทางลบต่อเยาวชนได้ถึง 8 หัวข้อใหญ่ และ 30 หัวข้อย่อย คือ 1) การล่อลวง 2) เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม 3) การแก๊งรังแกกันทางออนไลน์ 4) การก่อให้เกิดความไม่พอใจ 5) การก่อให้เกิดความเข้าใจผิด 6) การใช้เวลาในทางที่ไม่สร้างสรรค์ 7) การกระทำผิดกฎหมาย และ 8) การก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม (Karuchit, 2016) ดังนั้นความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อประชาชนผู้ใช้สื่อ โดยเฉพาะกับเด็กที่ยังอาจขาดวิจารณญาณในการใช้ เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันและป้องกันผลกระทบในทางลบที่อาจเกิดขึ้นทั้งกับตัวเองและกับสังคม อีกทั้งหากสามารถปลูกฝังทักษะความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลให้เด็กไทยได้ ประชากรกลุ่มนี้ก็จะเติบโตขึ้นเป็นอนาคตของชาติที่มีคุณภาพต่อไป

ประเทศไทยมีความพยายามจะขับเคลื่อนนโยบายเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อให้มากขึ้น แต่ยังขาดองค์ความรู้ โดยเฉพาะแนวทางที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศตะวันตก มีการวางแผนนโยบายและการขับเคลื่อนนโยบายออกมาเป็นอย่างเป็นรูปธรรม

ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษากรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้แนวทางที่หลากหลายและสามารถถอดบทเรียนเป็นองค์ความรู้ที่ครอบคลุม ซึ่งจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวางแผนนโยบายและการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลในประเทศไทยสำหรับเด็กต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในต่างประเทศ
2. เพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการศึกษาเอกสาร ศึกษาการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลจากกรณีศึกษาในต่างประเทศ ซึ่งเป็นการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ 1) เป็นกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อได้ 2) มีข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษที่มากเพียงพอต่อการวิเคราะห์ 3) ประเด็นในการขับเคลื่อนที่หลากหลายและไม่ซ้ำกัน และเลือกเพียงประเทศละหนึ่งกรณีศึกษา แต่ให้ครอบคลุมประเทศในทวีปต่าง ๆ ให้มากที่สุด โดยเลือกได้จำนวน 6 กรณีศึกษา

จาก 5 ประเทศ และ 1 ภูมิภาค จาก 4 ทวีป ดังนี้

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

โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ทฤษฎี จากเว็บไซต์ของทั้ง 6 โครงการเป็น แหล่งข้อมูลหลัก นอกจากนี้ ยังใช้ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น ข่าว และคลิปวิดีโอที่ เกี่ยวข้องด้วย โดยในการวิเคราะห์นั้น จะมีกรอบ ในการวิเคราะห์ 6 ประเด็น ได้แก่ 1) จุดเน้น 2) กลุ่มเป้าหมาย 3) องค์ประกอบสำคัญ 4) สื่อ ที่ใช้ในการขับเคลื่อน 5) ผลที่เกิดขึ้น 6) ปัจจัย ส่งเสริมความสำเร็จ ซึ่งจะนำ 6 ประเด็นนี้เป็น กรอบในการวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อสังเคราะห์ ออกมาเป็นแบบจำลองที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับ ประเทศไทยต่อไป

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา สามารถสรุปรายละเอียด ของกรณีศึกษาในแต่ละประเทศได้ดังนี้

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา: The News Literacy Project (NLP)

The News Literacy Project (NLP) หรือ โครงการรู้เท่าทันข่าว เป็นองค์กรเพื่อการศึกษาที่ไม่หวังผลกำไร มีงบประมาณในการ ดำเนินงานมาจากการบริจาค มีเป้าหมาย เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแยกแยะข้อเท็จจริง ออกจากเรื่องแต่ง โดยมีเป้าหมายคือนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย อาศัยความร่วมมือกับครูและนักข่าว การรู้เท่าทันข่าวสารคือการรู้และตระหนักว่าข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ไม่ได้ถูกผลิตขึ้นด้วยมาตรฐาน เดียวกัน การรู้เท่าทันข่าวสารช่วยให้เด็ก ๆ รู้จัก ใช้มาตรฐานทางวารสารศาสตร์เพื่อเป็นเกณฑ์ ตัดสินคุณภาพและบอกได้ว่าข่าวสารนั้น ๆ ควรเชื่อถือหรือแชร์หรือไม่ หรือต้องปฏิบัติตน อย่างไรเมื่อได้รับข่าวสารต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นการ เสริมสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของกฎหมาย ที่สืบเนื่องจากการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญ ครั้งที่ 1 (First Amendment) ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิ เสรีภาพต่าง ๆ รวมทั้งสิทธิเสรีภาพและเงื่อนไข ในการแสดงความคิดเห็น และเสรีภาพของ สื่อมวลชนในสังคมประชาธิปไตย โดยเฉพาะ ในบทบาทของการเป็นสุนัขเฝ้าบ้าน เนื่องจาก ข่าวสารทุกวันนี้มาจากหลายหลากที่มาและ มาในรูปแบบที่แตกต่าง ทำให้ยากที่จะบ่งบอก ว่าข่าวใดเป็นข่าวแท้ ซึ่งหมายถึงเป็นข่าวที่ผ่าน การค้นหาข้อเท็จจริงอย่างเป็นระบบ หรือข่าวใด เป็นเพียงข่าวที่มีเป้าหมายชักจูงใจขายของ ชี้นำ หรือฉกฉวยโอกาส

โครงการ News Literacy Project

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2562)

มีความจำเป็นสำหรับการเสพข่าวในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะสำหรับเด็กและเยาวชน ดังที่ผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยแอสตันฟอร์ด เมื่อเดือนพฤศจิกายน ปี 2016 แสดงให้เห็นว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาและนักศึกษาระดับอุดมศึกษากว่า 7,800 คน จาก 12 มลรัฐ ไม่สามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่เข้ามาจากอุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ได้ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ โดยมีหลักสูตรที่หลากหลาย เช่น หลักสูตรห้องเรียนออนไลน์ (Checkology™ virtual classroom) หลักสูตรนอกเวลาเรียน (after-school program) หลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับนักเรียน (student workshops) หลักสูตรพัฒนาผู้สอนมืออาชีพ (professional development) โดยมีกิจกรรมที่หลากหลายที่ช่วยเสริมทักษะการแยกแยะข้อเท็จจริงในข่าวให้กับผู้เรียน เช่น แบบทดสอบข้อเท็จจริงในข่าว (news lit quiz) การจัดการผลิตหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ การจัดการเสวนาออนไลน์เกี่ยวกับประเด็นต่างๆ การบรรยายพิเศษโดยนักข่าว และกิจกรรมอื่นๆ

ผลสำเร็จของโครงการนี้คือ มีครูมากกว่า 2,000 คนใน 50 รัฐ รวม Washington D.C. ที่ลงทะเบียนใช้หลักสูตร Checkology ในชั้นเรียน มีนักเรียนเกือบ 220,000 คน และในภาพรวมมีครูมากกว่า 11,700 คน จาก 86 ประเทศ ลงทะเบียนใช้หลักสูตร Checkology ในการสอนนักเรียนมากกว่า 1.78 ล้านคน โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จของโครงการนี้คือการมีพันธมิตรเครือข่ายของคณาจารย์และนักข่าวมืออาชีพและผู้ก่อตั้งมีความเชี่ยวชาญนอกจากนี้

ยังมีระบบ Platform เป็นของตนเอง รวมทั้งเนื้อหา มีองค์ความรู้ที่ดี เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนทุกระดับ (The News Literacy Project, 2017)

2. ประเทศแคนาดา: The Ontario Media Literacy Curriculum

ประเทศแคนาดา เป็นประเทศที่มีการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่ออย่างจริงจังและเข้มแข็ง มีความโดดเด่นจนสามารถกลายเป็นมาตรฐานระดับสากล ซึ่งหนึ่งในโครงการที่สำคัญคือ โครงการการบูรณาการการสอนเรื่องการรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับ ตามกฎหมายของแคว้นออนแทรีโอ ซึ่งมีประชากรมากกว่า 1 ใน 3 ของประเทศ เป็นแห่งแรกในโลกที่บรรจุการรู้เท่าทันสื่อเข้าไว้ในการศึกษาภาคบังคับ ตั้งแต่ปี 1987 โดยกำหนดให้มีการเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่อที่พัฒนาขึ้นโดย 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 การศึกษาเรื่องสื่อถูกบรรจุเข้าไว้ในนโยบายหลักสูตรการศึกษาสามัญของรัฐออนแทรีโอสำหรับเกรด 1-8 (อายุ 6-14) ปี และได้ปรับปรุงหลักสูตรภาษาอังกฤษของระดับมัธยมศึกษาเกรด 9-10 ในปี 1999 และเกรด 11 และ 12 ในปี 2001 และ 2002 ตามลำดับ โดยสี่สาขาของหลักสูตรภาษาอังกฤษระดับมัธยมศึกษาที่ปรับปรุงใหม่คือ (1) วรรณคดีศึกษาและการอ่าน (2) การเขียน (3) หลักภาษา และ (4) สื่อศึกษา

ซึ่งหลักสูตรสาขาสื่อศึกษานี้ประกอบด้วย การเรียนการสอนทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ และคิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 4 ของเป้าหมายของการศึกษา เท่ากับสาขาอื่น ๆ นอกจากนี้ การศึกษา เรื่องของสื่อยังถูกบูรณาการเข้ากับอีก 3 ด้าน ของหลักสูตรอีกด้วย นอกจากนี้ สำหรับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย (เกรด 11-12) ยังมี รายวิชาสื่อศึกษาที่เป็นวิชาเลือกอีกด้วย ซึ่งเป็นวิชาที่เกี่ยวกับการศึกษาดวบท ผู้รับสื่อ และการผลิตสื่อ วิชาเลือกอื่น ๆ เช่น รายวิชา วรรณกรรมแคนาดา ศิลปะการเขียนและการรู้ หนังสือ ก็มีกำหนดวัตถุประสงค์ของการเรียน การสอนที่เกี่ยวข้องกับสื่อด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ หลักสูตรภาษาอังกฤษแล้ว ยังมีการกำหนด วัตถุประสงค์ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ในหลักสูตรของสาขาอื่น ๆ ในรัฐออนแทรีโอ อีกด้วย เช่น สุขศึกษาและพลศึกษา (health and physical education) ภูมิศาสตร์ และ ประวัติศาสตร์ (Media Smarts, 2018)

ในปี 2006 รัฐออนแทรีโอได้ปรับปรุง หลักสูตรภาษาสำหรับนักเรียนระดับประถม (Grades 1-8) ซึ่งเพิ่มสาขา การรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) เข้าไปเพิ่มเป็นสาขาใหม่ที่ 4 จากเดิมที่มี 3 สาขา คือ (1) การสื่อสารด้วยการพูด (2) การอ่าน (3) การเขียน โดยกำหนดให้ครูผู้สอน ต้องสามารถ “ออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย ความคาดหวังของแต่ละสาขาเพื่อให้เกิด การเรียนรู้อย่างแท้จริงและให้นักเรียนเข้าใจว่า ทั้ง 4 สาขานี้มีความเชื่อมโยงและส่งเสริม กันและกันอย่างไร” นอกจากนี้ รัฐออนแทรีโอ ยังได้ปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาของนักเรียน

ชั้นอนุบาลในปี 2006 ที่กำหนดวัตถุประสงค์ ให้เด็ก “เริ่มที่จะตอบสนองอย่างวิพากษ์ กับสื่อแอนิเมชัน สื่อสารความคิดของตนเอง ทางวิทยาศาสตร์และอวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับสื่อ ต่าง ๆ ที่หลากหลาย และรับชมและรับฟังสื่อ ที่หลากหลายและสามารถตอบสนองต่อสื่อ เหล่านั้นได้ในเชิงวิพากษ์” (Ministry of Education, Canada, 2006).

ความสำเร็จของรัฐออนแทรีโอในการ สามารถบรรจุหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อในการ ศึกษาภาคบังคับ ได้ส่งผลให้รัฐอื่น ๆ อีก 9 รัฐ ผลักดันนโยบายการบรรจุหลักสูตรความรู้เท่าทัน สื่อในการศึกษาภาคบังคับของรัฐตนเองได้สำเร็จ เช่นกัน โดยความสำเร็จนี้ เกิดจากความร่วมมือ จากหลายภาคส่วน ทั้งกลุ่มองค์กรเพื่อสาธารณะ ที่ขับเคลื่อนด้านกรรู้เท่าทันสื่อ สมาคมครูและ ผู้ปกครอง และองค์กรสื่อวิชาชีพ รวมทั้งการ มีสมาคมด้านความรู้เท่าทันสื่อที่เข้มแข็ง (AML) ที่ช่วยสร้างชุดความรู้และให้คำแนะนำในการสอน ความรู้เท่าทันสื่อ และจากความสำเร็จของภาค ประชาชน ทั้งจากผู้ปกครองและครูในการขับเคลื่อน และกดดันภาครัฐและองค์กรสื่อ (Pungente, n.d.)

3. สหภาพยุโรป: European Association for Viewers Interests (EAVI)

สหภาพยุโรป มีการขับเคลื่อน นโยบายการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในระดับ ภูมิภาคยุโรป โดยมีองค์กรที่สำคัญคือ European Association for Viewers Interests (EAVI) โดย EAVI เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (non-profit organization) ระดับนานาชาติ จัดทะเบียน ก่อตั้งในกรุงบรัสเซลส์ ได้รับการสนับสนุนและ

ทำงานให้กับ Alliance of Civilisations ของสหประชาชาติ the Council of Europe และ UNESCO และมีการร่วมมือกับภาคประชาสังคม สื่อ นักวิชาการ องค์กรสาธารณะ และองค์กรเด็กและเยาวชน ทั่วยุโรป EAVI เพื่อส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อและการเป็นพลเมือง และให้การสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการอ่านเขียนและมีส่วนร่วมของพลเมืองผ่านสื่อเนื่องจากการเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมของยุโรปต้องอาศัยทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ การส่งเสริมให้คนยุโรปเป็นผู้ใช้สื่อที่มีความรับผิดชอบ นำไปสู่สังคมที่แข็งแกร่ง เป็นประชาธิปไตย และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประเด็นหลักของ EAVI คือ “ความรู้เท่าทันสื่อเพื่อความเป็นพลเมือง” (media literacy for citizenship) โดยส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การผลิตผลงาน บทความ เนื้อหาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (เช่น การ์ตูนชุด “a journey to media literacy”) เป็นผู้จัดงานเสวนาและกิจกรรมต่าง ๆ (เช่น กิจกรรมค่าย EAVI BarCamp (การใช้สื่อ) สำหรับเยาวชน) โดยใช้สื่อที่หลากหลายและครอบคลุมนำเสนอในประเด็นเดียวกันทั้งหมด ทำให้จดจำได้ง่าย การเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มประเทศยุโรป และเครือข่าย การเป็นผู้ริเริ่ม ประสานงานและผลักดันให้เกิดนโยบายสนับสนุนความรู้เท่าทันสื่อให้มีการสอนในโรงเรียน และให้เป็นวาระของสหภาพยุโรป และมีการวัดระดับความรู้เท่าทันสื่อของคนในยุโรปอย่างสม่ำเสมอ (European Association for Viewers Interests, n.d.)

จุดเด่นของ EAVI คือการมีกิจกรรมข่าวสารและเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง และ อัปเดต มีการร่วมมือและประสานงานกับเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ และทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของพลเมืองในยุโรปทั้งหมด ด้วยการผลักดันนโยบาย จัดงานประชุมวิชาการ สร้างเครือข่ายทำวิจัย จัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ จัดทำแนวทางการปฏิบัติและเนื้อหาออนไลน์ เพื่อให้ความรู้แก่เยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และเป็นตัวแทนของคณะกรรมการยุโรป (European Commission) ในการศึกษาและประเมินระดับความรู้เท่าทันสื่อ โดย EAVI ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญระดับชาติที่มาจากหลายประเทศและใช้หลายภาษา วัตถุประสงค์ของ EAVI ได้แก่ การส่งเสริมการเป็นพลเมืองที่สมบูรณ์และการรู้เท่าทันสื่อ การพัฒนาและเผยแพร่ข้อควรปฏิบัติในการใช้สื่อ และการส่งผ่านความสนใจของพลเมืองด้วยการตั้งสถาบันต่าง ๆ ใน EU เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสื่อ นอกจากนี้ EAVI ยังให้คำปรึกษาดต่อสาธารณะ (public consultations) ในด้านการรู้เท่าทันสื่อด้วย

EAVI ประสบความสำเร็จในโครงการรณรงค์ผลักดันการรู้เท่าทันสื่อเข้าสู่กฎหมายของสหภาพยุโรป หลังจากดำเนินการรณรงค์หลากหลายรูปแบบตั้งแต่ร่างหนังสือแสดงเจตจำนง และรณรงค์ผลักดันสมาชิกสหภาพยุโรป และสมาชิกคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง จนในเดือนมิถุนายน 2016 ได้จัดเวทีอภิปรายที่สหภาพยุโรป ซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจผ่านกฎหมาย และในเดือนตุลาคมปีเดียวกันก็ได้ร่างข้อเสนอ

แก้ไขกฎหมายและยื่นต่อสหภาพยุโรป จนประสบความสำเร็จ โดยได้เพิ่มข้อความที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในกฎหมายของสหภาพยุโรป มีการให้คำนิยามการรู้เท่าทันสื่อใหม่ที่ไม่ได้หมายความว่าเพียงการใช้สื่อเป็นในเชิงเทคนิค และกำหนดให้ความรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) และความคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) เป็นส่วนสำคัญที่ควรได้รับการส่งเสริมในการพัฒนาความเป็นพลเมืองสำหรับประชาชนทุกเพศทุกวัย และจะต้องมีการส่งรายงานการนำนโยบายนี้ไปปฏิบัติ พร้อมทั้งข้อเสนอในการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อ รายงานนโยบาย การปฏิบัติ และมาตรการการประเมินผลในการส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อของประเทศสมาชิกต่าง ๆ (Celot, 2017)

ความสำเร็จของ EAVI จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่ามาจากการมีเครือข่ายสนับสนุนที่กว้างขวางและน่าเชื่อถือ เช่น UNESCO และสหภาพยุโรป การมีเครือข่ายบุคคลที่เข้มแข็ง ทั้งนักวิชาการและนักบรรณารักษ์ที่สามารถผลักดันเชิงนโยบายได้ และการจัดการบรรณารักษ์ที่หลากหลายและต่อเนื่อง ทั้งการผลิตเนื้อหาที่หลากหลายในหลายภาษา และการจัดกิจกรรมในหลายประเทศ

4. ประเทศอินเดีย: The Peace Gong Media Literacy Programme

โครงการห้องสันติเพื่อการรู้เท่าทันสื่อริเริ่มโดยมูลนิธิ Gurudev Rabindranath Tagore Foundation (มูลนิธิคุรุเทพ รพินทรนาถ ฐากูร) เกิดจากการรวมตัวกันของนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร นักสังคมสงเคราะห์ และนักวิจัย

เพื่อสันติภาพและการพัฒนาที่ยั่งยืนมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสาร ความสามารถเชิงสัญวิทยาและเชิงวัฒนธรรมควบคู่กับความสามารถในการคิดวิเคราะห์ในเด็ก เพื่อให้เด็กสามารถดำรงอยู่ท่ามกลางสังคมที่ทวีความซับซ้อนได้ และเพื่อพัฒนาสมรรถนะของเด็กในการใช้สื่อเพื่อให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมของสันติผ่านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยหลอมรวมเด็กและเยาวชนจากหลากหลายภูมิหลังและส่งเสริมให้เด็ก ๆ ผลิตผลงานตามหลักการของโครงการและสนับสนุนให้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อเครือข่ายสังคม อีเมลล์ และมีถ้อยในการติดต่อกับเด็ก ๆ ที่เป็นนักข่าวจากที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศและจากต่างประเทศ ความร่วมมือมาจากเด็กและเยาวชนทั่วโลกนี้เองที่จะนำไปสู่การทำงานเพื่อสร้างสันติภาพในโลก (Thomas, Kundu & Yadav, 2015)

ผลิตผลหลักของโครงการคือหนังสือพิมพ์เด็กห้องสันติ ที่ดำเนินการโดยอาสาสมัครในรัฐลาดักห์ แคชเมียร์ และจัมมู ในอินเดีย เป็นหนังสือพิมพ์รายไตรมาส จำนวน 12 หน้า ตีพิมพ์ฉบับแรกในปี 2012 ตีพิมพ์ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เสียง (talking paper) หนังสือพิมพ์อักษรเบรลล์ และ wallpaper (ลักษณะคล้าย infographic) และมีแผนจะขยายไปยังแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ในอนาคต (นอกจากหนังสือพิมพ์ยังมีวงดนตรี และกลุ่มทำภาพยนตร์ด้วย) หนังสือพิมพ์ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน เช่น องค์การอาหารและเกษตรฯ ของสหประชาชาติ อาสาสมัครของสหประชาชาติ สมากรฟื้นฟูอินเดีย (Rehabilitation

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2562)

Council of India) (องค์การรัฐ) และ องค์การเอเชียใต้ เพื่อการ The South Asian Initiative to End Violence against Children ซึ่งเป็นหน่วยงานสำคัญของ SAARC ในการยับยั้งความรุนแรงต่อเด็กในเอเชียใต้

ในช่วง 2 ปีแรกของโครงการ สามารถรวบรวมเด็กได้ทั่วประเทศอินเดีย โดยทีมห้องสันติประกอบด้วยเด็กและเยาวชนตั้งแต่รัฐมณีปุระ ถึงรัฐจัมมูและแคชเมียร์ จากรัฐเกรละ ถึงรัฐมธยประเทศ และเบงกอลตะวันตก รวมถึงทีมงานจากต่างประเทศที่ร่วมกันทำให้ห้องสันติเป็นโครงการระดับโลก ทั้งเนปาล ปากีสถาน เยอรมนี โมร็อกโก และทั่วเอเชียแปซิฟิก ในการส่งเสริมวาทกรรมระหว่างวัฒนธรรมและสันติภาพผ่านการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งโครงการห้องสันติไม่ใช่แค่การให้เด็กเขียนเรื่องเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม แต่ยังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชนในการสร้างชุมชน ตลอดจนสนับสนุนสิทธิเด็กและเยาวชน

ปัจจุบันมีสำนักงานห้องสันติใน 14 รัฐของอินเดียและในอีก 5 ประเทศ ทำให้โครงการห้องสันติเป็นการเคลื่อนไหวของอาสาสมัครที่ไม่มีทั้งอาคารที่ตั้งสำนักงาน ทีมงาน หรือเงินทุน โดยมีจุดแข็งอยู่ที่อาสาสมัครเด็กและเยาวชนที่ทำงานอย่างใกล้ชิดกับนักข่าวเด็กเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เด็กและเยาวชนที่ไม่ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพตอนนี้สามารถผลิตรายงานข่าวเกี่ยวกับประเด็นทางสังคมที่หลากหลายได้ โครงการห้องสันติได้รับรางวัลอาสาชวยอดเยี่ยมจากองค์การสหประชาชาติ (United Nations Volunteers Award)

นอกจากหนังสือพิมพ์ ยังมีการจัดตั้งชมรมห้องสันติขึ้นในโรงเรียนอีกด้วย เพื่อให้การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศเป็นเรื่องมีผลผลักดันให้เด็กและเยาวชนพัฒนาไปเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วม โดยชมรมห้องสันติจะเข้าไปช่วยให้การพัฒนาเด็กและเยาวชนในโรงเรียนในการใช้สื่อเพื่อนำเสนอประเด็นทางสังคม ให้เด็กมีส่วนร่วมและปลูกฝังจิตอาสา แต่ละชมรมจะมีกิจกรรมของตนเองตามความต้องการของชุมชนในท้องถิ่นและทรัพยากรที่มี เช่น การใช้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นทางสังคมและผลิตเนื้อหาสื่อที่ส่งเสริมสันติภาพ จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของโครงการ คือการคัดเลือกอาสาสมัครเด็กที่มีความตั้งใจและมีศักยภาพจากชุมชนต่าง ๆ และอบรมให้เป็นผู้นำเยาวชนได้ และการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานสำคัญที่น่าเชื่อถือ รวมทั้งบุคลากรสื่อวิชาชีพด้วย (The Peace Gong, 2013)

5. ประเทศออสเตรเลีย: SeeMe Media Literacy Project

SeeMe Media Literacy Project เป็นโครงการเว็บไซต์ของกองทุน Queen Victoria Women's Centre (QWVC) เพื่อส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกและพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ (body image) และรับมือกับผลกระทบที่เกิดจากการที่คนหนุ่มสาวชื่นชอบการนำเสนอเรื่องความงามในสื่อโลกและภาพเหมารวมทางเพศ (gender stereotypes) โดยรวบรวมข้อมูลความรู้ที่ผู้ใช้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบได้ ประกอบด้วยชุดการเรียนรู้การสอน

6 ชุด ที่สอดคล้องกับมาตรฐานของ AusVELS (Victorian Essential Learning Standards) และ หลักสูตรการเรียนการสอนของออสเตรเลีย คือ 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) photoshop – ethics in advertising (จริยธรรมในโฆษณา) (Queen Victoria Women's Centre, n.d.)

โครงการ SeeMe Media Literacy ทำงานร่วมกับกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้ 1) ผู้นำนักเรียนชายหญิง ชั้นมัธยม 2 จำนวน 10 คน และตัวแทนครู 4 คน จากโรงเรียน 3 แห่งเข้าไปมีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บไซต์ 2) องค์กร Education Services Australia (ESA) ที่ให้ความร่วมมือทางด้านระบบสารสนเทศ 3) องค์กร Victorian Association for the Teaching of English (VATE) ที่ให้ความร่วมมือด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ด้วยการร่วมกับผู้นำนักเรียนในการออกแบบเนื้อหาในการเรียนการสอน 4) องค์กร The Foundation for Young Australians (FYA) ซึ่งจะทำหน้าที่ประเมินผลการดำเนินงาน โดยโครงการเว็บไซต์ SeeMe Media Literacy เริ่มทดลองใช้และประเมินผลในปี 2011 จนในปี 2012 มีโรงเรียนจาก 5 แคว้น เข้าร่วมอบรมเพื่อเป็นผู้นำนักเรียนและตัวแทนครู (Student Leaders and Teacher Champions) (Queen Victoria Women's Centre, 2012)

ผลการประเมินโครงการ SeeMe ในด้าน

ต่าง ๆ พบว่า 1) ด้านความรู้เท่าทันสื่อ พบว่า การร่วมโครงการนำร่อง SeeMe ทำให้เด็กมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการบ่งชี้เทคนิคที่ใช้ในการดึงดูดและสร้างความสนใจของผู้ชม และวัตถุประสงค์ของเนื้อหาสื่อ และเกินครึ่งบอกว่าหลังจากเข้าร่วมโครงการก็สามารถตัดสินใจในเรื่องการเลือกรับสื่อได้ดีขึ้น ผู้นำนักเรียนรายงานว่าตนเองมีทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัดและมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกลไกของโฆษณาและสื่อมากขึ้น 2) ด้านความพึงพอใจในรูปร่าง (body satisfaction) เด็กที่เข้าร่วมโครงการพอใจในรูปร่างของตัวเองมากขึ้น และมีความต้องการพยายามเป็นให้ได้ตามรูปร่างหน้าตาอุดมคติที่สื่อนำเสนอน้อยลง 3) ด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับภาพเหมารวมทางเพศของสื่อในภาพรวม เด็กรู้สึกว่าการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับรูปร่างผู้หญิงไม่ถูกต้องและไม่เหมือนกลุ่มคนที่ตนรู้จักแต่อย่างใด และชี้ว่าสื่อมีอคติในด้านวัฒนธรรมและความรู้สึกของคนกลุ่มน้อย 4) ในด้านการมีส่วนร่วมในสังคม พบว่า เกือบครึ่งของผู้เข้าร่วมโครงการมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมที่เปลี่ยนไปหลังจากเข้าร่วมโครงการ SeeMe โดยมีความมั่นใจและมีความต้องการในการก้าวข้ามข้อจำกัดส่วนตัวมากขึ้น เพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ก่อนหน้านี้อาจมีความลังเลหรือไม่มีความมั่นใจ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เข้าร่วมมีโลกทัศน์เปลี่ยนไปในเชิงบวกมากขึ้น รู้ว่าการประกอบสร้างความจริงของสื่อมีส่วนในการหล่อหลอมทัศนคติและความเชื่อของเด็กและเยาวชนอย่างแอบแฝงแต่ได้ผลมาก โดยปัจเจก

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2562)

ที่นำไปสู่ความสำเร็จของโครงการ คือการให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับการออกแบบเนื้อหา และการพัฒนาสื่อ รวมทั้งการมีประเด็นรณรงค์ที่ชัดเจน และการได้รับความร่วมมือจากโรงเรียนในการทดลองโครงการ (Foundation for Young Australians, 2012)

6. ประเทศญี่ปุ่น: Digital Storytelling (DST) for Media Literacy

Digital Storytelling (DST) เป็นการเคลื่อนไหวระดับรากหญ้า เป็นโครงการเชิงปฏิบัติการที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้จักนำไฟล์ภาพและเสียงที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการผลิตคลิปสั้น ๆ เพื่อเล่าเรื่องราวส่วนตัว หรือเรื่องประจำวันทั่วไปของตนเอง โดยใช้เสียงตนเองบรรยาย ซึ่งเริ่มต้นโดยศิลปินชื่อ Dana Atchley ที่ซานฟรานซิสโก ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1990s และถูกพัฒนาโดย the Center for DST ในแคลิฟอร์เนีย และถูกนำไปใช้ทั่วโลกในสาขาต่าง ๆ มากมาย เช่น วารสารศาสตร์ ชุมชน สุขภาพจิต การศึกษาระดับปฐมวัย ผลงานที่ผลิตขึ้นมาจะถูกแสดงในการประชุมระดับท้องถิ่นหรือชุมชน นำไปออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น และอัปโหลดขึ้นเว็บไซต์ขององค์กรในท้องถิ่น (Ogawa & Tsuchiya, 2014)

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการใช้สื่อมากที่สุดในโลกประเทศหนึ่ง แต่การรู้เท่าทันสื่อกลับยังไม่ถูกบรรจุอยู่ในหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งภาคบังคับและระดับอุดมศึกษา อีกทั้งเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อทำให้เกิดความจำเป็นต้องทบทวนนิยามของการรู้เท่าทันสื่อใหม่ ประชาชนชาวญี่ปุ่น

ถูกดึงดูดด้วยความสามารถอันน่าทึ่งของสื่อใหม่ แต่ก็ต้องตกใจกับเนื้อหาที่ขาดความลึกซึ้งของสื่อยุคนี้ โดยเฉพาะในสื่อเครือข่ายสังคม หรือข่าวปลอมต่าง ๆ ทำให้สื่อตกเป็นเป้าในการถูกปิดกั้นจากรัฐบาลและการโจมตีจากประชาชนที่กล่าวหาว่าสื่อไม่ทำหน้าที่ตรวจสอบ นอกจากนี้ การที่สื่อออนไลน์มีเสรีภาพอย่างสูง ทำให้กระแสความคิดเห็นที่เกิดขึ้นมักเป็นความเห็นที่รุนแรง และละเมิดสิทธิผู้อื่น เนื่องจากผู้ใช้สื่อออนไลน์มักมีการแสดงออกอย่างตื่นตัว และด้านมีความสามารถการใช้เทคโนโลยี แต่ไม่รู้เท่าทันสื่อในด้านการรับรู้เชิงวิพากษ์ ซึ่งเกิดขึ้นจากอิทธิพลของสื่อดิจิทัลที่เปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อไปจากเดิม เนื่องจากแต่เดิมนั้นสื่อมวลชนนั้นสามารถสร้างพื้นที่สาธารณะให้ผู้คนรับรู้วาระของข่าวสารที่สำคัญในสังคม และจะได้รับรู้ความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลายแง่มุม แต่ในสังคมยุคดิจิทัลที่ทำให้คนทำอะไรได้สะดวกง่ายดายจากปลายนิ้ว ทำให้คิดอะไรที่ซับซ้อนได้น้อยลง ความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ซับซ้อนน้อยลง ผู้คนสามารถต่างอยู่ใน “จักรวาลในเกาะ” (island universe) ที่ตนเองสร้างขึ้น ซึ่งจะมีแต่ผู้คนที่มีความคิดเห็นคล้าย ๆ กัน และไม่มองหรือมีส่วนร่วมข้ามเกาะไปยังวัฒนธรรมอื่น แม้จะมีความคล่องในการใช้เทคโนโลยีแต่กลับสามารถรับข้อมูลเชิงวิพากษ์ได้น้อยลงเรื่อย ๆ สื่อดิจิทัลไม่สามารถตรวจสอบความคิดเห็นของสังคมในเชิงวิพากษ์ได้ จึงเกิดสิ่งที่เรียกว่า “ความไม่รู้ที่มองไม่เห็น” (invisible illiteracy) ในญี่ปุ่นซึ่งผู้ที่มีความเสี่ยงมากที่สุดก็คือ กลุ่มคนที่ใช้สื่อดิจิทัลอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงต้องมีวิธีการใหม่

ในการเรียนรู้เรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อในภูมิภาคสื่อที่ไม่มีสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัลอยู่ตรงศูนย์กลาง (Mizukoshi, 2017)

ดังนั้น ศาสตราจารย์ ชิน มิซูกوشي จากโครงการ The Interfaculty Initiative in Information Studies, University of Tokyo และทีมงาน จึงได้นำเอารูปแบบ digital storytelling มาใช้ แต่ปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งมีความกดดันจากคนในสังคมไม่ให้พูดเรื่องตัวเอง จึงต้องปรับให้เป็นรูปแบบที่ผูกพันกับชุมชน และส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการเล่าเรื่องผ่านสื่อพกพา และออกมาเป็น 4 รูปแบบของ DST คือ 1) Comikaruta เกมไพ่สำหรับชุมชน 2) A-I-U-E-O Gabun การแต่งกลอนญี่ปุ่น 3) การเล่าเรื่องตามลำดับได้แก่ ผ่านสื่อดิจิทัล ประกอบรูปภาพ 20-30 รูป 4) Telephonoscope เกมเล่าเรื่องประกอบการหมุนโทรศัพท์และใช้สมาร์ทโฟน โดย DST ทั้ง 4 รูปแบบจะมีคุณสมบัติสามข้อร่วมกันคือการทำงานร่วมกัน (collaboration) ความสนุกสนาน (playfulness) และความยั่งยืน (sustainability) ไม่ใช่แค่การแต่งเรื่องเพียงอย่างเดียว แต่ยังประกอบด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้นำกิจกรรมหรือสมาชิกในกลุ่มเพื่อเล่าเรื่อง ซึ่ง DST ที่ญี่ปุ่นแตกต่างจากแนวคิดของโลกตะวันตก เพราะในโลกตะวันตก จะยึดหลักการ “ทุกคนมีเรื่องที่จะเล่า” เป็นพื้นฐาน ซึ่งหมายถึงการสื่อสารเรื่องราวที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์แล้วทางสื่อดิจิทัล แต่ในญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นไม่คุ้นเคยกับการเล่าเรื่องในที่สาธารณะ เนื่องจากไม่มีโอกาสได้ฝึกฝนหรือศึกษาในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับ โครงการ DST ที่ญี่ปุ่นจึงเริ่มด้วยการ

พูดคุยกันระหว่างผู้เข้าร่วมและผู้ดำเนินกิจกรรม และให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้วยกันช่วยกัน เริ่มจากการค้นหา “เมล็ดพันธุ์ของเรื่อง” (story seeds) เช่น เบื้องหลังก่อนจะมาเป็นเรื่องเล่า (pre-stories) เศษเสี้ยวความคิดและประสบการณ์ สิ่งดับช้อใจที่ไม่ได้บอกใคร หรือเรื่องขำขัน เพื่อนำมาร้อยเรียงให้เกิดเป็นเรื่องราวที่สมบูรณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Media Conte จะเน้นการทำงานร่วมกันอย่างมาก ซึ่งเป็นกิจกรรมที่คำนึงถึงการเงินอายุของชาวญี่ปุ่น นอกจากนี้ กิจกรรมนี้ยังให้มีการผลิตเรื่องราวในหลากหลายรูปแบบของเรื่องเดียวกัน แทนที่จะเล่าเรื่องเดิมซ้ำ ๆ ไปเรื่อย ๆ (Media Conte, n.d.)

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

แม้ว่าผลผลิตของโครงการ DST อาจมีข้อบกพร่องในด้านคุณภาพของภาพ พล็อตเรื่อง และการตัดต่อเพราะเป็นฝีมือของบุคคลทั่วไป จึงอาจยังไม่ได้ระดับเดียวกับผู้ผลิตมืออาชีพ แต่ในความจริงแล้ว DST ถือเป็นปากเสียงของคน

ในพื้นที่อย่างแท้จริง โดยไม่จำเป็นต้องได้คุณภาพทัดเทียมกับมืออาชีพ ผลงาน DST เหล่านี้เมื่อสั่งสมมากขึ้นก็จะกลายเป็นเรื่องราวจากชุมชนที่หลากหลาย เกิดเป็นเครือข่าย DST ออนไลน์ จนอาจพัฒนาเป็นศิลปะท้องถิ่นดิจิทัล (digital folk art) การร่วมมือกันของชุมชนในการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล (community-based collaborative digital storytelling) จะก่อให้เกิดความรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล เนื่องจากสามารถแนะนำการใช้สื่อใหม่ในขณะที่ยอมรับความรู้เท่าทันสื่อเก่าด้วย

DST สามารถสร้างความรู้เท่าทันสื่อได้ เนื่องจากขั้นตอนการผลิต DST นั้นเป็นประสบการณ์ที่ครบถ้วนของความรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจากในกระบวนการ DST ทั้ง 3 องค์ประกอบของความรู้เท่าทันสื่อ คือ การใช้เทคโนโลยี (technological operation) การรับรู้เชิงวิพากษ์ (critical reception) และการแสดงออกอย่างตื่นตัว (active expression) จะมีเกิดขึ้นและมีปฏิสัมพันธ์อย่างอิสระระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับผู้ดำเนินกิจกรรม ซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่าหลักสูตรการสอนความรู้เท่าทันสื่อแบบเดิมหรือแบบรายบุคคล นอกจากนี้ DST จะก่อให้เกิด “ชุมชนสื่อสาร” (mediated communities) ย่อยๆ มากมายระหว่างขั้นตอนการสร้างและการรับสารเกิดขึ้นในระหว่างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เช่น การใช้ การชม การเกิดความเพลินเพลิน การบริโภค การแลกเปลี่ยน การแชท ซึ่งสื่อดั้งเดิมก่อให้เกิด “รัฐชาติ” แต่ไม่สามารถก่อให้เกิดชุมชนย่อยที่สร้างการสานเสวนาภายในชุมชนได้ ซึ่งสมาชิกในชุมชนจะได้เรียนรู้การแยกแยะระหว่างเรื่องเล่าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กับเรื่องเล่าที่

มาจากสื่อกระแสหลัก ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการรับข้อมูลและแสดงออกในเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับเรื่องราวและรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ซึ่ง “ชุมชนสื่อสาร” ที่เกิดขึ้นนี้ จะทำหน้าที่เป็นแหล่งฟุ่มเฟือยและพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อใหม่ จึงควรส่งเสริมให้ชุมชนต่างๆ มี DST ของตนเอง และมีเครือข่ายชุมชน DST ซึ่งจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับประเทศอื่นได้ (Mizukoshi, 2017) ดังนั้น จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ความสำเร็จของโครงการ DST นั้นเกิดขึ้นจากความร่วมมือของคนในชุมชน การออกแบบวิธีการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ การออกแบบวิธีการเรียนรู้โดยคำนึงถึงปัจจัยทางวัฒนธรรม และการออกแบบกิจกรรมที่ง่ายและสนุกในรูปแบบของเกม โดยไม่เน้นที่คุณภาพของชิ้นงานที่เกิดขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลของเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

จากการศึกษา ทั้ง 6 โครงการการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อในต่างประเทศ พบว่ามี 5 ประเด็นที่น่าสังเกตและควรนำมาประยุกต์ใช้กับการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ดังนี้

1. การได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งคือ สถาบันการศึกษา องค์กรสื่อมวลชน ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ องค์กรภาคประชาชน ทั้งเครือข่ายผู้ปกครอง ครู หรือสมาคมต่างๆ ในชุมชน และ

องค์กรระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ ดังนั้น การขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงควรที่จะขับเคลื่อนไปบนพื้นฐานของการมีเครือข่ายที่เข้มแข็งและหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษา องค์กรสื่อมวลชน องค์กรภาคประชาชน และองค์กรระดับประเทศ หรือนานาชาติ

2. การออกแบบเนื้อหาที่มีประเด็นชัดเจน และสอดคล้องกับปัญหาสำคัญของประเทศ แทบทุกโครงการจากกรณีศึกษามีประเด็นหลักของการขับเคลื่อน ทำให้โครงการมีทิศทางที่ชัดเจนและโดดเด่นเป็นที่รู้จักและจดจำได้ง่าย นอกจากนี้การออกแบบเนื้อหานั้นควรที่จะสอดคล้องกับปัญหาของประเทศที่ไม่จำเป็นจะต้องเป็นปัญหาเกี่ยวกับสื่อ เนื่องจากความรู้เท่าทันสื่อสามารถบูรณาการไปกับเนื้อหาได้แทบทุกประเภท ดังนั้นในการออกแบบเนื้อหาความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงสามารถที่จะบูรณาการไปพร้อมกับปัญหาสำคัญของประเทศไทย จะสามารถสร้างความสนใจ และได้รับการตอบรับจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐได้มากกว่า เพียงแค่การรณรงค์ให้เยาวชน “รู้เท่าทันสื่อ” ในภาพกว้าง

3. การสร้างองค์ความรู้และการวิจัยทางความรู้เท่าทันสื่อ หรือมีองค์กรที่มีความรู้สนับสนุน การขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อ จำเป็นต้องขับเคลื่อนบนพื้นฐานขององค์ความรู้ โดยเฉพาะความรู้ใหม่ ๆ ที่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล หน่วยงานที่ขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อ จึงจำเป็นต้องมีการสร้างองค์ความรู้เรื่องความรู้

เท่าทันสื่อที่ทันสมัยตลอดเวลา และ/หรือ มีองค์กรที่มีองค์ความรู้นี้เป็นผู้สนับสนุน ดังนั้นองค์กรหรือโครงการที่มีความตั้งใจจะขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อ จำเป็นต้องวางแผนทางการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับหน่วยงานตนเองอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และควรจะต้องมีองค์กรคอยสนับสนุนด้านวิชาการ

4. การถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายลงมือทำกิจกรรมการผลิตสื่อ โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษา ในขั้นตอนการดำเนินงาน การขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีองค์ประกอบสามข้อที่สมดุลและเพียงพอที่เรียกว่า 3E คือ 1) การถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมกับวัย หรือองค์ประกอบของการศึกษาข้อมูล (Education) 2) การลงมือปฏิบัติเปลี่ยนองค์ความรู้นั้นเป็นชิ้นงานซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจและจดจำได้ หรือองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ (Experience) 3) การมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาคอยแนะนำ หรือองค์ประกอบของผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ซึ่งจากสังเกตของผู้วิจัย พบว่า การขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย มักจะมี 3E ไม่ครบหรือไม่สมดุล ดังนั้นในการวางแผนการขับเคลื่อนนโยบายความรู้เท่าทันสื่อ จึงควรที่จะพิจารณาถึงความสมดุลขององค์ประกอบทั้ง 3E นี้ด้วย

5. การใช้สื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ทันสมัยหลากหลาย และต่อเนื่อง จากการศึกษาทั้ง 6 โครงการพบว่า ทุกโครงการมีการใช้เว็บไซต์

และโซเซียลมีเดีย เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม สื่อที่ผลิตออกมาอย่างต่อเนื่องและทันสมัย แต่บางโครงการที่แม้จะดูได้รับความสำเร็จที่ดี มีองค์ประกอบทั้ง 3E แต่ไม่สามารถรักษาความสำเร็จไว้ได้เนื่องจากขาดความต่อเนื่อง ดังนั้นการดำเนินการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย จึงควรที่จะมีทรัพยากรเพียงพอ ทั้งในแง่บุคลากรและทุนดำเนินการ เพื่อให้เกิดการใช้สื่อดิจิทัลที่เป็นเหมือนสำนักงานออนไลน์ เพื่อสร้างข้อมูลที่ทันสมัย

ข้อเสนอแนะ

จากการอภิปรายผลโดยการประมวลข้อค้นพบทั้ง 5 ข้อที่ได้จากกรณีศึกษาทั้ง 6 ในต่างประเทศนั้น อาจสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐ ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม ในการนำไปปฏิบัติเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ได้ว่า การขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนที่มีประสิทธิภาพนั้น จะมี 7 องค์ประกอบที่สำคัญ โดยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบด้านการดำเนินการ 3 องค์ประกอบ ซึ่งก็คือ 3E (Education,

Experience, Expert) แต่ยังมีองค์ประกอบด้านการส่งเสริมความเข้มแข็งของการขับเคลื่อน 4 องค์ประกอบ ที่เรียกว่า 4I คือ

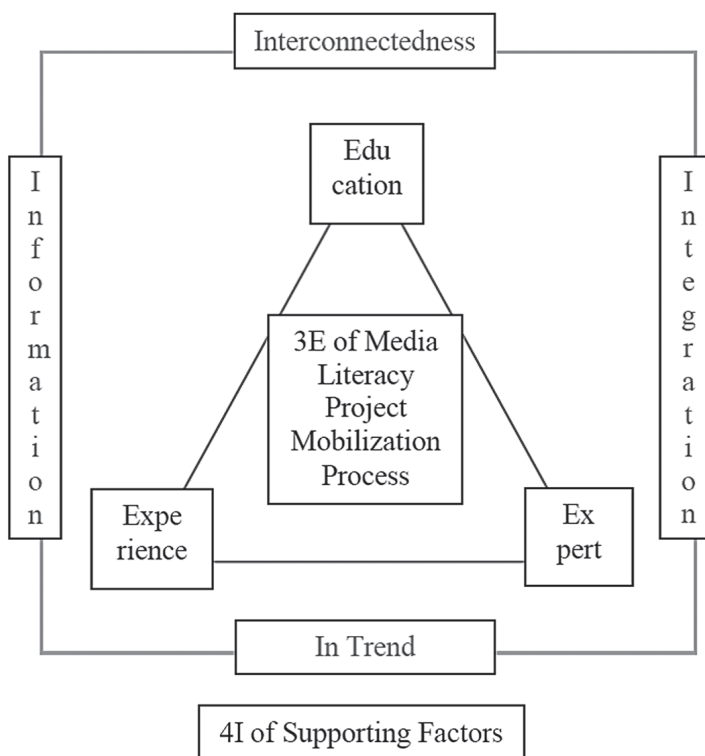
1. Interconnectedness: ความสามารถเชื่อมโยงโครงการการขับเคลื่อนไปกับภาคส่วนอื่น ๆ ที่ให้การสนับสนุน ทั้งสถาบันการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ภาคประชาชน รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้วย

2. Information: การสร้างข้อมูลความรู้ที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อการขับเคลื่อน หรือมีหน่วยงานที่เชื่อมโยงกันที่สามารถสนับสนุนด้านองค์ความรู้ได้

3. Integration: การบูรณาการประเด็นการขับเคลื่อนความรู้เท่าทันสื่อให้สอดคล้องเข้ากับปัญหาที่สำคัญของประเทศ

4. In Trend: การอัปเดตข้อมูล ความเคลื่อนไหว กิจกรรมของโครงการให้ทันสมัยและน่าสนใจ ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และการรับรู้ของสังคม

ดังนั้นจึงสามารถสรุปข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ออกมาเป็นโมเดล 3E 4I ของการขับเคลื่อนโครงการเพื่อความรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดล 3E4I ของการขับเคลื่อนโครงการเพื่อความรู้เท่าทันสื่อ

REFERENCES

- Celot, P. (2017). Media literacy and the AVMSD: from nowhere to here. Retrieved Dec 25, 2017, from <https://eavi.eu/media-literacy-nowhere/>
- European Association for Viewers Interests. (n.d.). European Association for viewers interests. Retrieved Dec 25, 2017, from <https://eavi.eu/>
- Foundation for Young Australians. (2012). See Me media literacy project evaluation. Retrieved December 28, 2017, from <https://www.qvwc.org.au/wp-content/uploads/2012/03/QVWC-SeeMe-Evaluation-Report-FINAL-4-May-2012.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.
- Media Conte. (n.d.). Our workshops-toward the collaborative storytelling with local students. Retrieved January 5, 2018, from <https://mediaconte.net/concept/>

- Media Smarts. (2018). Media education in Ontario. Retrieved Dec 21, 2017, from <http://mediasmarts.ca/teacher-resources/digital-media-literacy-outcomes-province-territory/media-education-ontario>
- Ministry of Education, Canada. (2006). The Ontario Curriculum Grade 1-8 : Language. Retrieved Dec 21, 2017, from <http://www.edu.gov.on.ca/eng/curriculum/elementary/language18currb.pdf>
- Mizukoshi, S. (2017). Media literacy and digital storytelling in contemporary Japan. *The Newsletter*, 76 (Spring): 38-39. Retrieved January 5, 2018, from https://iias.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. Retrieved January 5, 2018, from <http://www.ssi.or.jp/eng/pdf/Vol7No1p3.pdf>
- Pungente, J. (n.d.). The second spring: media literacy in Canada’s schools. Retrieved August 17, 2017 from http://jcp.proscenia.net/publications/articles_mlr/pungente/secondspring.html
- Queen Victoria Women’s Centre. (n.d.). See Me: the media, my world & me. Retrieved Dec 28, 2017, from <http://seeme.org.au>
- Queen Victoria Women’s Centre. (2012). About: welcome to the SeeMe media literacy web site. Retrieved Dec 28, 2017, from <https://www.seeme.org.au/about/about.html>
- The News Literacy Project. (2018). News literacy project. Retrieved Dec 18, 2017, from <http://www.newslit.org>
- The Peace Gong. (2013). The Peace Gong: connecting children & youth through non-violent communication. Retrieved Dec 27, 2017, from <http://thepeacegong.org/2013/06/20/the-peace-gong-media-literacy-programme-2>
- Thomas, T.K., Kundu, V. & Yadav, A. (2015). The Peace Gong media literacy programme: A manual for coordinators. Retrieved Dec 27, 2017, from https://issuu.com/anubhuti5/docs/the_peace_gong_media_and_informatio
-