



แนวทางการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์สำหรับวัยทำงาน
ตามหลักพุทธบูรณาการ

GUIDELINES FOR PROMOTING SOCIAL MEDIA LITERACY FOR WORKING-AGE
GROUPS THROUGH A BUDDHIST INTEGRATED APPROACH

อุทัย อินทร์กษ¹, ผุสดี จิรวัดมนกิจ², พระมหาวิรภัทร วีรภทโท (เที่ยงแท้)³,
ธวัช หอมทวนลม⁴, พระประพจน์ สุภาโต (อยู่สำราญ)⁵

Uthai Intaruk¹, Phusdee Chirawatthanakit², Phramaha Veerabhadr
Veerabhadr (Thiangthae)³, Thawat Homtuanlom⁴, Phra Prapot Supaphat
(Yusaramran)⁵

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์กาญจนบุรี ศรีไพบูลย์, ประเทศไทย¹
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Kanchanaburi Sangha College, Thailand¹
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี, ประเทศไทย²⁻⁴⁻⁵
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Budhapanaya Sridhavaravati Buddhist College,
Thailand ²⁻⁴⁻⁵

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ประเทศไทย³
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand³

Corresponding Author Email: uthai29041962@gmail.com

Received 19 February 2026; Revised 18 March 2026; Accepted 30 March 2026

แนวทางการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์สำหรับวัยทำงาน ตามหลักพุทธบูรณาการ

อุทัย อินทร์รักษ์, ผุสดี จิรวัดนกิจ, พระมหาวิรัชกร วีระภทโท (เที่ยงแท้),
ธวัช หอมทวนลม, พระประพนธ์ สุภภาโต (อยู่สำราญ)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับตัวของคนวัยทำงานในยุคดิจิทัลผ่านกระบวนการสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มวัยทำงานโดยเฉพาะเจนเนอเรชันวายมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง ซึ่งแม้เทคโนโลยีจะช่วยอำนวยความสะดวกและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ แต่ก็นำมาซึ่งปัญหาเชิงโครงสร้าง อาทิ ภาวะเสพติดสื่อออนไลน์ ขาดพลวัตทางกรรมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ปัญหาเหล่านี้สะท้อนถึงการขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่เพียงพอในระดับปฏิบัติการ บทความนี้จึงเสนอแนวทางการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อเป็นเครื่องมือเชิงวิพากษ์ในการจัดการข้อมูลข่าวสาร โดยใช้หลักสติสัมปชัญญะเป็นฐานในการกำกับอายตนะและการรับรู้ เพื่อแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากอารมณ์ความรู้สึกที่ถูกปรุงแต่ง และใช้หลักกาลามสูตรเป็นกรอบการวิเคราะห์ข้อมูล 10 ประการ เพื่อป้องกันอคติและการด่วนตัดสินใจเชื่อเพียงภาพลักษณ์ภายนอก การบูรณาการดังกล่าวช่วยให้ผู้ใช้สื่อสามารถจำแนกคุณค่าแท้ ที่เกื้อกูลต่อสติปัญญาออกจากคุณค่าเทียม ที่สนองเพียงต้นหาความต้องการ เปลี่ยนสถานะจากผู้รับสารที่ถูกครอบงำสู่การเป็นผู้ที่อยู่เหนือเทคโนโลยี สรุปได้ว่ากระบวนการบูรณาการมิได้มุ่งเน้นเพียงทักษะทางเทคนิค แต่เน้นการพัฒนาสมรรถนะภายในเพื่อสร้างพลเมืองดิจิทัลที่มีความรับผิดชอบ สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ปลอดภัย และยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนในโลกไร้พรมแดน

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ; คนวัยทำงาน; สื่อสังคมออนไลน์; พุทธบูรณาการ; กาลามสูตร

GUIDELINES FOR PROMOTING SOCIAL MEDIA LITERACY FOR WORKING-AGE GROUPS THROUGH A BUDDHIST INTEGRATED APPROACH

Uthai Intaruk, Phusdee Chirawatthanakit, Phramaha Veerabhadra Veerabhadra (Thiangthae), Thawat Homtuanlom, Phra Prapot Supaphat (Yusaramran)

Abstract

This academic article aims to present insights into the adaptation of working professionals in the digital era through the process of building intellectual immunity. The study reveals that the working-age population, particularly Generation Y, exhibits high levels of internet and social media engagement. While technology facilitates convenience and economic opportunities, it simultaneously introduces structural issues such as social media addiction, fake news, hate speech, and privacy violations. These problems underscore a deficiency in practical media literacy skills. This article proposes an integration of Buddhist principles as a critical tool for information management. Mindfulness and Clear Comprehension (Sati-Sampajañña) serve as the foundation for governing sensory perceptions (Ayatana), enabling the distinction between objective facts and emotions fabricated by media consumption. Furthermore, the Kalama Sutta provides a 10-point framework for critical analysis, preventing cognitive biases and premature beliefs based on superficial appearances. This integration empowers users to differentiate between “True Value,” which nurtures wisdom, and “Artificial Value,” which merely satisfies cravings. Ultimately, the Buddhist integrated paradigm shifts the user’s status from a dominated recipient to a master of technology. It emphasizes internal competence over mere technical skills, fostering responsible digital citizens capable of utilizing social media creatively, safely, and sustainably to enhance their quality of life in a borderless world.

Keywords; Media Literacy; Working-Age; Social media; Buddhist Integration; Kalama Sutta

บทนำ

ในยุคดิจิทัล สังคมโลกได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคแห่งข้อมูลข่าวสารอย่างไร้พรมแดน ซึ่งส่งผลกระทบต่อเชิงโครงสร้างทั้งในมิติด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมอย่างก้าวกระโดด การสื่อสารสารสนเทศที่รวดเร็วและฉับไวกลายเป็นกลไกสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในทุกมิติ ตลอดจนนำไปสู่การหลอมรวมทางวัฒนธรรมและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นต่อเนื่องตลอดเวลา ปรากฏการณ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง หมู่บ้านโลก ซึ่งมีรากฐานพัฒนาการมาตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1960 ที่เทคโนโลยีการสื่อสารเริ่มทลายขีดจำกัดด้านระยะทาง ทำให้ประชากรโลกสามารถปฏิสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดเปรียบเทียบเสมือนอาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ภาวะโลกาภิวัตน์ที่ควบคู่ไปกับความรุดหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศนี้ไม่เพียงแต่สร้างความตื่นตัวในระดับมหภาค (ณัฐภาณุวงศ์ ศุภรัตน์เมธี, 2562) แต่ยังส่งผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของประเทศต่างๆ ทั่วโลก

วิวัฒนาการของการสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากรูปแบบที่เรียบง่ายในอดีตสู่ยุคสมัยที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ซับซ้อน ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการส่งผ่านข้อมูลให้ เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จึงกลายเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างภายใต้การพัฒนาของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเครือข่ายที่มีพลวัต ส่งผลให้สื่อดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นช่องทางการสื่อสารหลักในอนาคต ดังนั้น พลเมืองในสังคมปัจจุบันจึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้เกิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของบริบทการสื่อสารที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านการศึกษาซึ่งระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำหน้าที่เป็นแหล่งทรัพยากรสารสนเทศขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงผู้คนทุกช่วงวัยทั่วโลกเข้าด้วยกัน (ผู้จัดการรายวัน, 2569) เครือข่ายนี้ไม่เพียงแต่เป็นคลังข้อมูลทางวิชาการ แต่ยังคงครอบคลุมถึงข้อมูลด้านข่าวสาร ความบันเทิง และการแพทย์ ในรูปแบบสื่อประสม ทั้งข้อความ เสียง และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งช่วยกระตุ้นการเรียนรู้และเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกรับข้อมูลได้ตามความสนใจอย่างไม่มีขีดจำกัด อิทธิพลของสื่อและเทคโนโลยีในแต่ละยุคสมัยจึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสาร แต่ยังเป็นปัจจัยกำหนดทิศทางการดำเนินชีวิตและวิถีปฏิบัติของมนุษย์ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล องค์กร และสถาบันทางสังคม

ปัจจัยภายในและภายนอกส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบอารมณ์ ความคิด และการสร้างกระบวนการทัศนในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมร่วมสมัย ซึ่งการเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook, YouTube, TikTok หรือการสื่อสารผ่านระบบการประชุมทางไกล (Video Conference) ได้กลายเป็นกลไกหลักที่สถาบันการศึกษาและองค์กรระดับโลกใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์และขยายโอกาสการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศ นวัตกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ให้ความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ยังสามารถเชื่อมโยงผู้คนจำนวนมากเข้าหากันได้ในเวลาเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดด้านสถานที่ วิวัฒนาการของสื่อดิจิทัลได้เปลี่ยนผ่านจากยุคการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม เช่น อีเมล (E-mail) หรือโปรแกรมสนทนาพื้นฐาน สู่ยุคเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีพลวัตสูง ส่งผลให้เกิดโครงสร้าง สังคมแห่งการพึ่งพากันทั่วโลก ซึ่งเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยได้ถูกนำมาใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลข่าวสาร

ของพลเมืองโลกในสภาวะไร้พรมแดน สำหรับบริบทของประเทศไทย การก้าวเข้าสู่ยุคสารสนเทศอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในฐานะ สื่อใหม่ (New Media) มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ ความก้าวหน้าดังกล่าวทำให้สื่อสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างฉับไวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Thai Health Promotion Foundation, 2025) ซึ่งกลายเป็นทั้งโอกาสและปัจจัยท้าทายในการคัดกรองข้อมูลข่าวสารภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์

พฤติกรรมการสื่อสารในสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนผ่านจากสื่อดั้งเดิมสู่สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว และขีดความสามารถในการหลายข้อจำกัดด้านสถานที่ พัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์เริ่มจากการใช้งานเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ในระดับบุคคลและกลุ่มคนใกล้ชิด ก่อนจะขยายตัวสู่ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ปัจจัยที่สนับสนุนความนิยมดังกล่าวประกอบด้วย ความง่ายในการใช้งาน การมีส่วนร่วมผ่านการแสดงความคิดเห็นแบบสองทางและความหลากหลายของรูปแบบเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับความรุดหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลให้สื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นสื่อกระแสหลักในโลกอนาคต (ณิชกุล เสนาวงษ์, 2564) ในเชิงวิชาการ สื่อสังคมออนไลน์ถูกนิยามในลักษณะของสื่อดิจิทัลที่เป็น เครื่องมือทางสังคม สำหรับการปฏิบัติการผ่านเครือข่ายสังคม (Social Network) บนพื้นฐานของระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีลักษณะเด่นคือการเน้นให้ผู้มีส่วนร่วม (Collaborative) ในการสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของข้อความ ภาพ หรือเสียง (ภักพล เจริญเทพ, 2568) แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่น Facebook, YouTube, Line, Instagram และ TikTok จึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่ช่องทางการสื่อสาร แต่ยังเป็นพื้นที่ในการสร้างสรรค์ประสบการณ์และอัตลักษณ์ดิจิทัลของคนในยุคปัจจุบัน

สถานการณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลในปี 2565 ระบุว่าคนไทยใช้เวลาออนไลน์เฉลี่ย 7 ชั่วโมง 4 นาทีต่อวัน ซึ่งกลุ่มประชากรที่ใช้งานสูงสุดคือ กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงาน (ช่วงอายุ 22-41 ปี) โดยมีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยสูงถึง 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตว่าผู้ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มที่มีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุด โดยเฉลี่ยกว่า 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2569) สถิติดังกล่าวสอดคล้องกับรายงานของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่ระบุว่าในปี 2564 มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงถึง 52.5 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 79.3 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงาน กสทช., 2569) ข้อมูลล่าสุดในปี 2566 ยังสะท้อนให้เห็นว่าสัดส่วนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 85.3 ของประชากร โดยกิจกรรมออนไลน์ 5 อันดับแรกประกอบด้วย 1) การค้นหาข้อมูล (ร้อยละ 64.69) 2) การติดตามข่าวสาร (ร้อยละ 58.1) 3) การรับชมวิดีโอ (ร้อยละ 54.8) 4) การแสวงหาแนวคิดใหม่ (ร้อยละ 54.4) และ 5) การสืบค้นวิธีการปฏิบัติงานหรือ How-To (ร้อยละ 50.6) (DataReportal, 2026) สำหรับแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดยังคงเป็น Facebook และ LINE ตามด้วย TikTok ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่กำลังมีบทบาทอย่างยิ่งในปัจจุบัน แม้สื่อสังคมออนไลน์จะกลายเป็นพื้นที่สำคัญในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทัศนคติ และการพักผ่อนหย่อนใจของคนวัยทำงาน แต่พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาด้านการขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะการขาดความ

ตระหนักถึงโทษภัยที่แฝงมากับสื่อสังคมออนไลน์และการใช้งานที่ขาดความรับผิดชอบ ซึ่งประเด็นนี้ถือเป็นปัจจัยท้าทายสำคัญในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาให้แก่ประชากรในยุคดิจิทัล (DataReportal, 2026)

กระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน จำเป็นต้องอาศัยกลไกการตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ต่อสารที่ได้รับ โดยมุ่งเน้นการสืบค้นข้อเท็จจริงและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้าน ก่อนกระทำการส่งต่อเนื้อหาด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม การบูรณาการหลักพุทธธรรมเข้ากับทักษะการคิดวิเคราะห์ ไตร่ตรอง และแยกแยะ (โยนิโสมนสิการ) จึงเป็นแนวทางสำคัญในการพิสูจน์ข้อเท็จจริงและเปิดมุมมองการรับรู้ให้กว้างขึ้น การฝึกฝนทักษะผ่านประสบการณ์จริงจะช่วยให้บุคคลเกิด ภูมิคุ้มกันทางปัญญา ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ ในทางตรงกันข้าม หากผู้ใช้งานขาดทักษะการรู้เท่าทัน ย่อมนำมาซึ่งผลกระทบเชิงลบทั้งในระดับบุคคลและสังคม โดยสามารถจำแนกปัญหาสำคัญได้ดังนี้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ [สสส.], 2560)

1.ภาวะอุบัติเหตุสารสนเทศติดสื่อออนไลน์ พฤติกรรมการใช้งานที่เกินขอบเขตจนส่งผลกระทบต่อสัมพันธภาพ สุขภาพจิต และหน้าที่ความรับผิดชอบ

2.ความเสี่ยงทางสังคม การสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลนิรนามที่อาจนำไปสู่การล่อลวงหรือการปิดกั้นตนเองจากโลกแห่งความเป็นจริง

3.คุณภาพของสารสนเทศ การได้รับข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริงหรือขาดหลักฐานทางวิชาการรองรับ

4.สุขภาพทางกายและจิตใจ ปัญหาด้านสุขภาพ เช่น โรคอ้วน อาการออฟฟิศซินโดรม รวมถึงความผิดปกติทางอารมณ์ เช่น โรคสมาธิสั้น โรคซึมเศร้า และความวิตกกังวล

ปัจจุบัน ปัญหาบนสื่อสังคมออนไลน์ยังมีแนวโน้มทวีความรุนแรงและซับซ้อนยิ่งขึ้น อาทิ ข่าวลือและข่าวปลอม (Fake News) การกระชกทางไซเบอร์ (Cyberbullying) การโฆษณาเกินจริง และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล แม้จะมีการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่ออย่างแพร่หลาย แต่ในทางปฏิบัติกลับยังไม่บรรลุผลสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องด้วยผู้ใช้งานส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจที่ถ่องแท้และขาดการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เป็น เครื่องมือทางสติปัญญา เพื่อการคัดกรองข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์จริง

จากสภาพปัญหาและสถานการณ์การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่ทวีความเข้มข้นในกลุ่มคนวัยทำงานข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าลำพังเพียงองค์ความรู้ทางเทคนิคหรือทักษะการใช้งานขั้นพื้นฐานนั้นไม่เพียงพอต่อการรับมือกับพลวัตของสื่อใหม่ที่ซับซ้อนได้ ด้วยเหตุนี้ แนวทางการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์สำหรับวัยทำงานตามหลักพุทธบูรณาการ จึงเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นการสร้างภูมิคุ้มกันจากภายในผ่านกระบวนการทางปัญญา โดยการประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรม เช่น โยนิโสมนสิการ และกาลามสูตร มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ คัดกรอง และประเมินค่าข้อมูลข่าวสาร ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้น แต่ยังเป็นการส่งเสริมให้คนวัยทำงานสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสร้างสรรค์และทรงพลังในฐานะพลเมืองดิจิทัลที่มีคุณภาพต่อไป

สื่อสังคมออนไลน์กับวิถีชีวิตของคนวัยทำงานในยุคปัจจุบัน

ปัจจุบันผู้คนหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์แทนสื่อแบบดั้งเดิมมากขึ้นในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูล ในระยะแรกสื่อสังคมออนไลน์ถูกใช้ในลักษณะของงานอดิเรก เพื่อสื่อสารระหว่างตนเองกับบุคคลใกล้ชิด ต่อมาเกิดการขยายการใช้งานไปสู่ภาคธุรกิจอย่างกว้างขวาง และได้รับการตอบรับจากสังคมเป็นอย่างดี ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน ความรวดเร็วในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ความสามารถในการโต้ตอบ แสดงความคิดเห็น และแบ่งปันเนื้อหาที่หลากหลาย ตลอดจนพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตที่ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์กำลังก้าวขึ้นเป็นสื่อหลักของผู้คนทั้งในปัจจุบันและอนาคต แม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะมีข้อดีหลายประการ แต่ก็มีข้อเสียและปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างหลากหลาย อาทิ การถูกเหยียดหยาม การกลั่นแกล้งหรือบูลลี่ การแบล็กเมล์ การใช้ถ้อยคำหยาบคายหรือไม่สุภาพ การลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ การละเมิดสิทธิมนุษยชน การปลูกปั่นสร้างกระแสและระดมมวลชน ปัญหาอาชญากรรมแห่งความเกลียดชัง (Hate Speech) ข่าวปลอม (Fake News) การเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ตลอดจนปัญหาด้านสัมพันธภาพ สุขภาพกายและสุขภาพจิต นอกจากนี้ยังรวมถึงการหลอกลวง ฉ้อโกง การหลอกให้โอนเงิน และอาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่าง ๆ

ดังนั้น เพื่อให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นไปอย่างมีความสุขและปลอดภัย ผู้ใช้จำเป็นต้องพัฒนาความรู้และทักษะในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อมิได้หมายถึงเพียงการรับข้อมูลเท่านั้น แต่รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบของสื่ออย่างรอบด้าน ความสามารถในการทำความเข้าใจความหมายและรูปแบบของเนื้อหาที่พบเห็น การวิเคราะห์ ตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนตัดสินใจเชื่อหรือเผยแพร่ข้อมูล ตลอดจนการใช้วิจารณญาณและความรับผิดชอบในการแสดงความคิดเห็นหรือเผยแพร่เนื้อหาของตนเอง อันจะช่วยลดผลกระทบเชิงลบและเสริมสร้างสังคมออนไลน์ที่สร้างสรรค์ต่อไป

การเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการฝึกคิดอย่างเป็นระบบ ผู้เรียนควรเรียนรู้ที่จะตั้งคำถามต่อข้อมูลที่ได้อ่านหรือพบเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่รับข้อมูลโดยปราศจากการไตร่ตรอง แต่ต้องค้นหาข้อเท็จจริง วิเคราะห์เนื้อหา และตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งตั้งคำถามกับตนเองก่อนนำเสนอหรือส่งต่อเนื้อหาใด ๆ โดยคำนึงถึงความถูกต้อง ความเหมาะสม และความรับผิดชอบต่อสังคม กระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวควรดำเนินไปอย่างหลากหลายรูปแบบ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกคิด วิเคราะห์ ไตร่ตรอง และแสวงหาข้อมูลเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริง ตลอดจนแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่น อันจะช่วยเปิดมุมมองในการรับรู้ข่าวสารให้กว้างขวางและรอบด้านมากยิ่งขึ้น ก่อนสรุปข้อมูลหรือแสดงปฏิกิริยาต่อการสื่อสารใด ๆ ควรผ่านกระบวนการพิจารณาอย่างสุขุมและมีเหตุผล ทั้งนี้ การฝึกฝนผ่านประสบการณ์จริงจะช่วยให้ความรู้และทักษะในการรู้เท่าทันสื่อหยั่งรากลึก เกิดเป็นความเข้าใจที่มั่นคง และสามารถประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน อันจะนำไปสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีวิจารณญาณและความรับผิดชอบต่อสังคม (Patcharee Bonkham, 2569)

คุณโทษของสื่อสังคมออนไลน์ในมิติพุทธบูรณาการ

ในยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยีสามารถจำแนกตามระดับการพัฒนาทางสติปัญญาได้เป็น 4 ลักษณะ คือ 1) กลุ่มที่ตื่นเต้นตามกระแส (ขาดความเป็นตัวของตัวเอง) 2) กลุ่มที่รู้ตามข่าวสารแต่ขาดการวิเคราะห์ (รู้ไม่เท่าทัน) 3) กลุ่มที่รู้เท่าทัน (เข้าใจคุณโทษและไม่ถูกครอบงำ) และ 4) กลุ่มที่อยู่เหนือกระแส (สามารถจัดการและสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก) การพัฒนาสังคมไทยสู่สังคมอารยะจึงจำเป็นต้องอาศัยการศึกษาที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านจาก ผู้บริโภคเทคโนโลยี สู่ ผู้ใช้เทคโนโลยีเพื่อปัญญา โดยเน้นการสร้างสรรค์สังคมมากกว่าความบันเทิงส่วนตน

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์คุณและโทษของสื่อสังคมออนไลน์

ความเกี่ยวข้อง	ข้อดี (คุณค่าแท้)	ข้อเสีย (คุณค่าเทียม)
การสื่อสาร	แลกเปลี่ยนข้อมูลได้รวดเร็ว เชื่อมโยงผู้ห่างไกล	การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลและการหลอกลวง
เศรษฐกิจ	สร้างรายได้และช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่	การละเมิดลิขสิทธิ์และการโฆษณาเกินจริง
การเรียนรู้	เข้าถึงแหล่งความรู้ทั่วโลกด้วยต้นทุนต่ำ	ภาวะหมกมุ่นจนเสียภารกิจหลัก (ขาดสติ)

การจำแนกระหว่าง คุณค่าแท้ (ประโยชน์ที่เกื้อกูลต่อชีวิตและสังคม) และ คุณค่าเทียม (ความฉาบฉวยที่สนองตัณหา) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการเป็นนายเหนือเทคโนโลยี หากผู้ใช้มีสติและปัญญาจะสามารถนำสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในทางศีลธรรม เช่น การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์และการสร้างสรรค์สังคม (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565)

การเปลี่ยนผ่านของวิถีชีวิตคนวัยทำงานเข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนทั้งมิติส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม พลวัตของสื่อใหม่ได้นำมาซึ่งความท้าทายเชิงจริยธรรมและสุขภาวะทางสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะปัญหาข่าวปลอม (Fake News) และวาทกรรมสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) หัวใจสำคัญของการปรับตัวในยุคนี้คือ การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงทักษะทางเทคนิค แต่คือการสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาผ่านกระบวนการตั้งคำถามและวิพากษ์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เมื่อนำมาบูรณาการกับหลักพุทธธรรม จะเห็นได้ว่าการพัฒนาตนเองจากการเป็นเพียง ผู้บริโภคตามกระแส สู่การเป็น ผู้มีสติปัญญาอยู่เหนือกระแส คือทางออกที่ยั่งยืน การจำแนกระหว่าง คุณค่าแท้ ที่เกื้อกูลต่อสติปัญญา และ คุณค่าเทียม ที่สนองเพียงตัณหาความต้องการ จะช่วยให้คนวัยทำงานสามารถครองตนในโลกออนไลน์ได้อย่างปลอดภัย สรุปได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อตามแนวพุทธบูรณาการคือการใช้ สติ ในการกำกับพฤติกรรม และใช้ปัญญา ในการคัดกรองข้อมูล เพื่อเปลี่ยนเทคโนโลยีจากเครื่องมือแห่งความลุ่มหลงให้กลายเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์สังคมและยกระดับคุณภาพชีวิต

มโนทัศน์และทักษะการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21

มโนทัศน์เรื่องการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เริ่มปรากฏอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในปี ค.ศ. 1992 โดยสถาบัน Aspen Media Literacy Leadership ได้นิยามความหมายเบื้องต้นว่าเป็นความสามารถในการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน และการสร้างสรรค์สื่อในรูปแบบที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ภายใต้วิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคที่วัฒนธรรมทางสื่อมีความซับซ้อนและทรงอิทธิพล นิยามของการรู้เท่าทันสื่อจึงได้รับการขยายความครอบคลุมถึงกระบวนการทางการศึกษาที่มุ่งเน้นการสร้างกรอบแนวคิดเชิงวิพากษ์ต่อสารที่ปรากฏในสื่อทุกแขนง ตั้งแต่สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ ไปจนถึงสื่อสังคมออนไลน์และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (อุษา บิ๊กกินส์, 2565) นอกจากนี้ การรู้เท่าทันสื่อยังถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเข้าใจต่อบทบาทของสื่อที่มีต่อโครงสร้างสังคม ตลอดจนเป็นทักษะพื้นฐานในการสืบค้นข้อมูลและการแสดงออกตามวิถีพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย โดยมีองค์ประกอบหลักที่ต้องนำไปประยุกต์ใช้อย่างบูรณาการใน 4 มิติ (อุษา บิ๊กกินส์, 2565) ดังนี้

มิติที่ 1 การเข้าถึง ความสามารถในการค้นหาและใช้ประโยชน์จากเครื่องมือสื่อสารและแหล่งข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 2 การวิเคราะห์ การใช้ทักษะเชิงวิพากษ์เพื่อทำความเข้าใจโครงสร้าง รูปแบบ และบริบทของสารที่สื่อนำเสนอ

มิติที่ 3 การประเมิน การวินิจฉัยคุณค่า ความน่าเชื่อถือ และผลกระทบของข้อมูลข่าวสารที่มีต่อปัจเจกบุคคลและสังคม

มิติที่ 4 การสร้างสรรค์ ทักษะในการผลิตและสื่อสารข้อมูลอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกในสังคมออนไลน์

ทั้งนี้ ความสำเร็จของการขับเคลื่อนทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับมหภาค จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนผ่านการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างเป็นระบบและทั่วถึง

กระบวนการทัศนศึกษาเพื่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

การสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จำเป็นต้องอาศัย การศึกษาเกี่ยวกับสื่อ (Media Education) เป็นรากฐานสำคัญ แม้ในปัจจุบันกระบวนการเรียนรู้ส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นนอกระบบโรงเรียนผ่านการณรงค์ขององค์กรภาคประชาสังคม แต่ในอนาคตควรมีการผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงสิทธิในการเรียนรู้อย่างทั่วถึง การรู้เท่าทันสื่อในระดับปฏิบัติการประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ (ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2569) ดังนี้

1. การตระหนักรู้ในการเปิดรับสื่อ คือการรู้เท่าทันการรับรู้ผ่านอายตนะ (หู ตา จมูก ลิ้น กาย และใจ) เมื่อสื่อเข้ามากระทบประสาทสัมผัส ระบบการทำงานของสมองจะปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก การรู้เท่าทันในขั้นนี้จึงมุ่งเน้นการแยกแยะระหว่าง ข้อเท็จจริง และ อารมณ์ความรู้สึก เพื่อให้เห็นความจริงที่สื่อสร้างขึ้น

2. **การวิเคราะห์สื่อ** การจำแนกและแยกแยะองค์ประกอบของการนำเสนอ เพื่อสืบค้นวัตถุประสงค์แอบแฝงของสื่อที่มีต่อปัจเจกบุคคลและสังคม

3. **การทำความเข้าใจสื่อ** กระบวนการตีความสารภายหลังการเปิดรับ ซึ่งมักมีความแตกต่างกันตามประสบการณ์ พื้นฐานการศึกษา และภูมิหลังการรับรู้ของแต่ละบุคคล

4. **การประเมินค่า** การตัดสินคุณค่าและคุณภาพของเนื้อหา รวมถึงเทคนิคการนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ว่ามีความเหมาะสมและก่อให้เกิดประโยชน์เพียงใด

5. **การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และเกิดประโยชน์** เมื่อไม่สามารถหลีกเลี่ยงการใช้สื่อในชีวิตประจำวันได้ ผู้ใช้จึงต้องพัฒนาทักษะการปฏิสัมพันธ์กับสื่ออย่างเป็นระบบ เลือกรับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และสามารถส่งต่อหรือตอบโต้ข้อมูล (Feedback) ได้อย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบ

การรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ได้เปลี่ยนผ่านจากการเป็นเพียงทักษะทางเทคนิค (Technical Skills) สู่การเป็น สมรรถนะแห่งพลเมืองดิจิทัล ที่มีความซับซ้อนและเชื่อมโยงกับมิติทางจริยธรรม โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การสร้างกรอบแนวคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ผ่านองค์ประกอบหลัก 4 มิติ คือ การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน และการสร้างสรรค์ ประเด็นที่น่าสนใจคือ กระบวนทัศน์การเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อในระดับปฏิบัติการ มิได้มุ่งเน้นเพียงการจัดการข้อมูลภายนอกเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการเท่าทันภายใน คือการตระหนักรู้ผ่านระบบอายตนะ (ประสาทสัมผัสทั้ง 6) เพื่อแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากอารมณ์ความรู้สึกที่ถูกปรุงแต่งขึ้นจากการรับสาร กระบวนการนี้สอดคล้องกับหลักการวิเคราะห์และประเมินค่าข้อมูลอย่างมีเหตุผล เพื่อเปลี่ยนสถานะจาก ผู้รับสารที่ถูกครอบงำ เป็น ผู้ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบ อันเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมที่ยั่งยืนผ่านการบูรณาการร่วมกับหลักพุทธธรรมในลำดับต่อไป

ปัจจัยเกื้อหนุนต่อการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์

การเปลี่ยนผ่านสู่การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ ปัจจัยภายใน (ปัจจัยเชิงพฤติกรรมของมนุษย์) และปัจจัยภายนอก (ปัจจัยเชิงเทคโนโลยี) ซึ่ง Thayer และ Ruben (1993) ได้อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรสื่อสารไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. ปัจจัยเชิงพฤติกรรมและจิตวิทยา

ปัจจัยที่ 1 ความต้องการ (Need) ความปรารถนาขั้นพื้นฐานทั้งทางกายภาพและจิตใจ เช่น การแสวงหาข้อมูล การแสดงออกถึงรสนิยมส่วนบุคคล และการแสวงหาการยอมรับจากสังคม

ปัจจัยที่ 2 ทักษะคิดและค่านิยม (Attitude and Values) ความโน้มเอียงและความชอบส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกรับสาร การตีความ และการจดจำข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยที่ 3 เป้าหมายและประโยชน์ใช้สอย (Goal and Utility) มนุษย์จะเลือกใช้สื่อมวลชนที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายในชีวิต เช่น ความก้าวหน้าในอาชีพ หรือการใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ

ปัจจัยที่ 4 ความสามารถและลีลาการสื่อสาร (Capability and Communication Style)
ทักษะความเชี่ยวชาญส่วนบุคคลและความพึงพอใจในสื่อเฉพาะประเภท (เช่น ภาพ เสียง หรือข้อความ)

ปัจจัยที่ 5 บริบททางสังคมและประสบการณ์ (Context and Experience) สภาวะแวดล้อมที่ประกอบด้วยบุคคล สถานที่ และเวลา รวมถึงนิยามของตนเองผ่านสายตาของคนในสังคม และความคุ้นชินจากการรับสารในอดีต

2. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี

นอกจากปัจจัยเชิงพฤติกรรมแล้ว พลวัตของเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการก้าวเข้าสู่ยุคของ สมาร์ทโฟน (Smartphone) ซึ่งกลายเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่จำเป็นสำหรับประชากรยุคปัจจุบัน ความก้าวหน้าอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสื่อสารไร้สาย ตั้งแต่ยุค 3G, 4G LTE สู่ยุค 5G ในปัจจุบัน ได้ทำลายขีดจำกัดทางพรมแดน ทำให้การรับส่งข้อมูลที่มีความละเอียดสูงเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (Siam Phone, 2569) วิวัฒนาการของโครงข่ายโทรคมนาคมนี้ไม่เพียงแต่เป็นเพียงช่องทางสื่อสาร แต่ยังเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เกิด สังคมเครือข่าย (Networked Society) ที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีปฏิสัมพันธ์กันได้แบบเรียลไทม์ทุกที่ทุกเวลา

บทสรุปส่วนปัจจัยเกื้อหนุนการแพร่หลายของสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมิได้เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพียงลำพัง แต่เป็นผลลัพธ์จากความสอดประสานกันระหว่าง พลวัตทางเทคโนโลยี และ กลไกทางจิตวิทยาของมนุษย์ ในมิติเชิงพฤติกรรม สื่อสังคมออนไลน์ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐาน และเป้าหมาย ในชีวิตของมนุษย์อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการสร้างปฏิสัมพันธ์และการแสวงหาความรู้ผ่านลีลาการสื่อสารที่ตรงกับความถนัดเฉพาะบุคคล เมื่อผนวกกับโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพอย่างสมาร์ทโฟนและระบบเครือข่ายความเร็วสูง (5G) จึงส่งผลให้เกิดสภาวะ สังคมเครือข่าย ที่ไร้ขีดจำกัดด้านพรมแดน ปัจจัยเกื้อหนุนเหล่านี้เป็นเสมือน ดาบสองคม ในแง่หนึ่งคือโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ แต่ในอีกแง่หนึ่งคือช่องทางที่อาจนำไปสู่การบริโภคสื่อตามกระแสค้นหาและค่านิยมที่บิดเบือน ดังนั้น การเข้าใจถึงปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่การนำหลักพุทธธรรมเข้ามาช่วยกำกับ ทัศนคติ และค่านิยม ให้เกิดการเลือกรับและใช้สื่ออย่างมีสติและปัญญา เพื่อเปลี่ยนจากการเป็นผู้ถูกขับเคลื่อนด้วยความต้องการ สู่การเป็นผู้ใช้สื่อเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าที่แท้จริงสืบไป

การประยุกต์พุทธธรรมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ วิธีแห่งสติในโลกดิจิทัล

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของเทคโนโลยีการสื่อสารและปัญหาที่ทวีความซับซ้อนในสังคมออนไลน์ หลักพุทธธรรมถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างสติปัญญาและวิจรรณญาณเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถรู้เท่าทันสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีหลักธรรมสำคัญที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ 4 ประการ ดังนี้

หลักสติสัมปชัญญะ

สติ (ความระลึกได้) และสัมปชัญญะ (ความรู้ตัวทั่วพร้อม) คือธรรมที่เป็นฐานตั้งต้นแห่งกุศลธรรมทั้งปวง ในบริบทของการสื่อสารดิจิทัล สติทำหน้าที่เป็นกลไกในการระลึกรู้เท่าทันในขณะที่กำลังรับสารหรือส่งสาร ส่วนสัมปชัญญะทำหน้าที่เป็นปัญญาที่คอยกำกับการตัดสินใจว่าสิ่งใดควรดำเนินการหรือสิ่งใดควรระงับ (พระสุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย เอกนิบาต, 2539) ในทางพุทธปรัชญา สติเจตสิกและปัญญาเจตสิก (สัมปชัญญะ) มีบทบาทสำคัญในการควบคุมสภาวะจิตมิให้ตกอยู่ภายใต้ความประมาทมัวเมา (อง.สตตก. (ไทย) 23/81/405-406.) โดยพระพุทธองค์ทรงเปรียบเทียบสติสัมปชัญญะดั่งกิ่งและใบของต้นไม้ หากปราศจากสิ่งนี้ เปลือก กระจัง และแก่น (คุณธรรมระดับสูง) ย่อมไม่สามารถเจริญเติบโตได้ (ที.สี. (ไทย) 9/214-217/73-74.) (สติสัมปชัญญะสูตร) ในขณะที่จิตกำลังปฏิสัมพันธ์กับสื่อสังคมออนไลน์ สติจะทำหน้าที่ควบคุมและเหนี่ยวรั้งจิตใจมิให้ฟุ้งซ่านไปตามอารมณ์ที่สื่อปรุงแต่งขึ้น คอยกีดกันอกุศลธรรมที่อาจแทรกแซงเข้ามาผ่านกระบวนการรับรู้ และระงับจิตให้อยู่ในสภาวะกุศลอยู่ทุกขณะการประยุกต์ใช้สติสัมปชัญญะในการรู้เท่าทันสื่อ สามารถจำแนกหน้าที่ได้ดังนี้

1. การควบคุมการนึกคิด สติช่วยให้ผู้ใช้สื่อไม่พลั้งเผลอไปตามกระแสปลุกปั่นหรือการยั่วยุในโลกออนไลน์
2. การคัดกรองอารมณ์ ทำหน้าที่ระลึกรู้และเลือกรับรู้เฉพาะสารที่เป็นประโยชน์ (กุศล) และหลีกเลี่ยงสารที่นำไปสู่ความขัดแย้งหรือความเศร้าหมอง (อกุศล)
3. ความไม่ประมาท (อัปมาทธรรม) เป็นธรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์อันยิ่งใหญ่ ช่วยให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นไปอย่างระมัดระวัง มีความรับผิดชอบ และปลอดภัยจากโทษภัยทางดิจิทัล

หลักกาลามสูตร

หลักกาลามสูตร หรือ เกสปุตติยสูตร เป็นหลักการทางพระพุทธศาสนาที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในเชิงวิทยาศาสตร์และวิชาการสมัยใหม่ เนื่องจากเป็นหลักการที่มุ่งเน้นการใช้เหตุผลและวิจรรณญาณก่อนการตัดสินใจเชื่อ ซึ่งมีความสอดคล้องอย่างยิ่งกับบริบทการคัดกรองข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน หลักการนี้ปรากฏในพระสุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย ดิกนิบาต (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) โดยสรุปเป็นแนวทาง 10 ประการเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการรับสาร ดังนี้ (อง.ตติ. (ไทย) 20/66/157.)

1. อย่าเพิ่งเชื่อโดยฟังตามกันมา (มา อนุสสเวน) ป้องกันปัญหาการเชื่อตามกระแสหรือข้อมูลที่ขาดการตรวจสอบต้นตอ
2. อย่าเพิ่งเชื่อโดยคิดว่าเป็นของเก่าเล่าสืบกันมา (มา ปรมปราย) ระมัดระวังความเชื่อปรัมปราหรือข้อมูลที่อ้างเพียงความเก่าแก่แต่ขาดข้อเท็จจริงรองรับ
3. อย่าเพิ่งเชื่อเพราะเป็นข่าวเล่าลือ (มา อิติกราย) การไม่ตระหนักตามข่าวลือ หรือข้อมูลที่ถูกลส่งต่ออย่างรวดเร็วโดยยังไม่ทราบความจริง
4. อย่าเพิ่งเชื่อโดยอ้างคัมภีร์หรือตำรา (มา ปิฎกสมปทานน) การตรวจสอบข้อมูลแม้ข้อมูลนั้นจะถูกระบุว่ามาจากแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการบันทึกหรือการตีความ

5. อย่าเพิ่งเชื่อโดยคิดเอาเองตามหลักตรรกวิทยา (มา ตกทุกเหตุ) การไม่ด่วนสรุปข้อมูลด้วยตรรกะส่วนตนเพียงอย่างเดียว
6. อย่าเพิ่งเชื่อโดยการคิดคาดคะเนหรืออนุมานเอา (มา นยเหตุ) การระวังการคาดการณ์ที่อาจเกิดจากสมมติฐานที่คลาดเคลื่อน
7. อย่าเพิ่งเชื่อโดยตริกอเอาตามอาการที่ปรากฏ (มา อาการปริวิตกเถน) การไม่ตัดสินข้อมูลเพียงภาพลักษณ์ภายนอกหรือสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น
8. อย่าเพิ่งเชื่อเพราะเข้าได้กับความเชื่อเดิมของตน (มา ทิฏฐินิซฆานกษนติยา) การป้องกันอคติ ที่เอนเอียงไปตามความเห็นเดิมของตนเอง
9. อย่าเพิ่งเชื่อเพราะผู้พูดมีลักษณะน่าเชื่อถือ (มา ภพพรูปตาย) การแยกแยะระหว่าง ตำแหน่งหน้าที่ กับ ความถูกต้องของข้อมูล
10. อย่าเพิ่งเชื่อเพราะเห็นว่าผู้พูดเป็นครูของเรา (มา สมโณ โน ครูติ) การให้ความสำคัญกับความจริงมากกว่าตัวบุคคล แม้บุคคลนั้นจะเป็นผู้ที่ตนเคารพนับถือ

หลักกาลามสูตรมิได้สอนให้ปฏิเสธข้อมูลในทันที แต่ทรงสอนให้ ฟังหูไว้หู และใช้กระบวนการไตร่ตรองอย่างรอบคอบจนเห็นผลเชิงประจักษ์จากการปฏิบัติจริง ในบริบทของสื่อสังคมออนไลน์ หลักกาลามสูตรเปรียบเสมือน เครื่องคัดกรองข้อมูลดิจิทัล ที่ช่วยให้คนวัยทำงานสามารถวิเคราะห์และประเมินค่าข้อมูลก่อนการแชร์หรือส่งต่อ เพื่อป้องกันผลกระทบจากการได้รับข้อมูลเท็จ (Fake News) หรือการโฆษณาชวนเชื่อที่ขาดความรับผิดชอบ

สรุป

การเปลี่ยนผ่านของวิถีชีวิตคนวัยทำงานสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนมิติทางสังคม เศรษฐกิจ และการสื่อสารอย่างไร้พรมแดน ทว่าพลวัตของสื่อใหม่นี้ก็กลับมาพร้อมกับความท้าทายเชิงจริยธรรมและภัยคุกคามรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข่าวปลอม (Fake News) การระรานทางไซเบอร์ และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพทางกายและจิตใจของคนวัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญ แม้เทคโนโลยีสารสนเทศจะมีวิวัฒนาการที่รวดเร็ว แต่การรับมือกับปัญหาเหล่านี้ไม่สามารถอาศัยเพียงทักษะทางเทคนิคขั้นพื้นฐานได้ หากแต่จำเป็นต้องยกระดับสู่การเป็นสมรรถนะแห่งพลเมืองดิจิทัลผ่านแนวทางการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อตามหลักพุทธบูรณาการ ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างภูมิคุ้มกันจากภายในผ่านการพัฒนาทางสติปัญญา โดยมีกลไกสำคัญคือหลักสติสัมปชัญญะที่ทำหน้าที่เป็นฐานตั้งต้นในการกำกับอายตนะและการรับรู้ เพื่อแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากอารมณ์ความรู้สึกที่ถูกปรุงแต่ง และใช้หลักกาลามสูตรเป็นเครื่องมือเชิงวิพากษ์ในการคัดกรองข้อมูลข่าวสาร 10 ประการ เพื่อป้องกันอคติและการด่วนตัดสินใจเชื่อเพียงภาพลักษณ์ภายนอกหรือความนิยมตามกระแส การบูรณาการพุทธธรรมดังกล่าวช่วยให้คนวัยทำงานสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่าง คุณค่าแท้ ที่เกื้อกูลต่อปัญญา กับ คุณค่าเทียม ที่สนองเพียงตัณหาความต้องการ เปลี่ยนสถานะจากผู้บริโภคที่ถูกครอบงำด้วยกระแสข้อมูลสู่การเป็นผู้ที่อยู่เหนือเทคโนโลยี สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสร้างสรรค์ ปลอดภัย และมีธรรมาภิบาล สรุปได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อในวิถีพุทธคือการเปลี่ยนเทคโนโลยีจากเครื่องมือแห่งความลุ่มหลงให้กลายเป็นเครื่องมือในการพัฒนา

คุณภาพชีวิตและสังคมอย่างยั่งยืน อันเป็นการสร้างสมดุลระหว่างความเจริญทางวัตถุและความมั่นคงทางจิตใจในโลกดิจิทัลปัจจุบันและอนาคตสืบไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัล. (2569). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2565 Thailand Internet User Behavior 2026. <https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2565). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565. <https://www.etda.or.th/>
- ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี. (2562). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย (รายงานวิจัย). สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันพระปกเกล้า.
- ณิชากุล เสนาวงษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุคนิว Normal ในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ผู้จัดการรายวัน. (2569). ตลาดออนไลน์พร้อมใจสาธู. <http://www.manager.co.th/lite/ViewNews.aspx?NewsID=9560000062170>
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2569). การสร้างแบบออสกู๊ด (Osgood's Method). http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/0506704/page06_03_03.html
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2569). ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย. <http://webstats.nbtc.go.th/netnbtc/INTERNETUSERS.php>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2560). รู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพมหานคร ศูนย์เรียนรู้สุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- บิกกินส์ อ. (2020). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ. วารสารสุทธิปริทัศน์, 26(80), 147-162.
- DataReportal. (2023). Digital 2023 Thailand. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand>
- KATAREPORTAL. (2569). สรุปข้อมูลที่ควรรู้ DIGITAL 2023 THAILAND จาก We Are Social และ Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand>
- Patcharee Bonkham. (2569). 5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ. <https://huso.buu.ac.th/comt/>
- Phakpon Jeranathep. (2568). การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Digital media creation on social networks. <https://library.wu.ac.th/km/>

Siam phone. (2569). *ทำความรู้จักกับ 4G LTEคืออะไร*. <http://news.siamphone.com/news-13123.html>

Thai Health Promotion Foundation. (2025). *Young People's Dialogue on the Use of New Media in the Region Association for Radio and Media for Children and Youth*. <https://en.thaihealth.or.th/>

Todd and Ruben, Brent D. (1993). *Mass Communication Producers and Consumers*. New York Harper Collins.