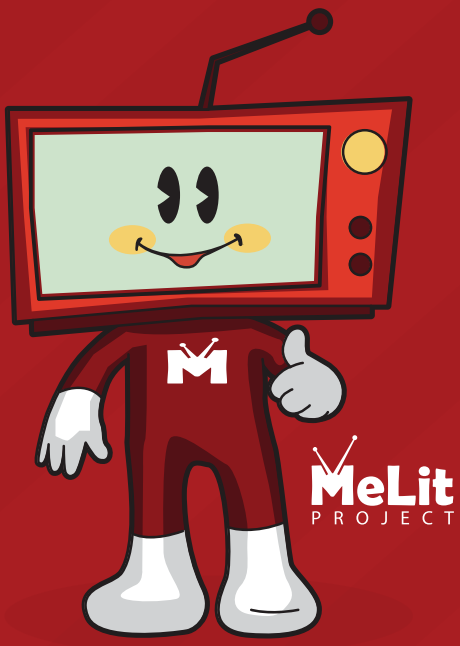
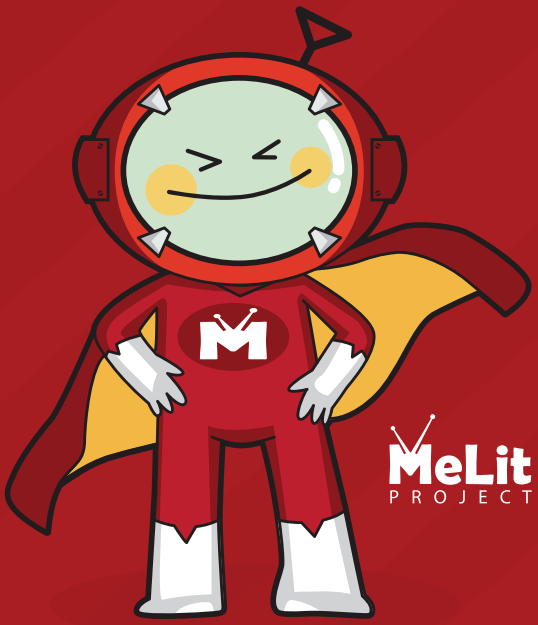
กสทช.

MeLit PROJECT

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

คู่มือ
สูงวัย
รู้สิทธิ
ทันสื่อ


MeLit
PROJECT


MeLit
PROJECT

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

โดย สำนักงาน กสทช.

1. นางสาวรุ้งตะวัน จินดาวัลย์	ผู้อำนวยการสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
2. นางราตรี จุลคีรี	ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมและพัฒนาความสามารถของผู้บริโภค

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

โดย สำนักงาน กสทช.

ดร.ตรี บุญเจือ	ผู้อำนวยการสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

หัวหน้าโครงการ

ผศ.ดร.ศศิธร ยุวโกศล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ทีมบรรณาธิการ

บรรณาธิการบริหาร

ผศ.ดร.ศศิธร ยุวโกศล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผศ.ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผศ.ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.พิชญาณี พุนพล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผศ.ดร.สุมนรตรี นิมเนติพันธ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อ.ดร.รัตนวดี เศรษฐจิตร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อ.ดร.ธเนตร ตัญญวงษ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข้อมูลการพิมพ์

ฝ่ายศิลป์/ออกแบบรูปเล่ม

อ.สุภฆเณศร์ ชุณหศิริรักษ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
นายปิยราษฎร์ สุริยะมงคล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
นางสาวชญานิน สุรขจร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

จัดพิมพ์และเผยแพร่

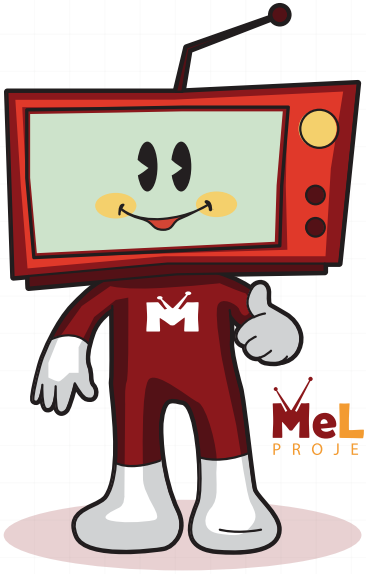
สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช.

คู่มือ สูงวัย รู้สิทธิ ทันสื่อ

คำนำ

คู่มือสูงวัย รู้สิทธิ ทันสื่อ

เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสูงวัย รู้สิทธิทันสื่อ โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างทักษะและความสามารถในการใช้สื่ออย่างรู้ตัว ตื่นตัว และรู้เท่าทันแก่ผู้สูงอายุให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิของตนเองในฐานะผู้บริโภคสื่อ และสามารถป้องกันตนเองจากสื่อได้รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย สร้างสรรค์ และเกิดประโยชน์ และสามารถมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังเนื้อหาสื่อที่เข้าข่ายผิดกฎหมาย หรือเป็นภัยต่อการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน



จุดมุ่งหมายของคู่มือฉบับนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางดำเนินกระบวนการจัดกิจกรรมอบรม ภายในคู่มือประกอบด้วย คำอธิบายรายวิชา จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหา รูปแบบการจัดกิจกรรม ใบกิจกรรม และแนวทางตอบในกิจกรรม

ทางคณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้ จะช่วยพัฒนาผู้สูงวัยให้มีทักษะและสมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อในยุคที่สื่อมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด รวมถึง สร้างความรู้ ความเข้าใจในบทบาท สิทธิและหน้าที่การเป็นพลเมืองที่ดี ตลอดจนมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสื่อที่เหมาะสมผ่านกิจกรรมที่สร้างสรรค์ภายในพื้นที่หรือในชุมชน

ผู้จัดทำ

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค

ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

กสทช.

MeLit PROJECT

คู่มือ

สูงวัย รู้สิทธิ ทันสื่อ

สารบัญ

		หน้า
บทที่ 01	ผู้สูงวัยรู้เท่าทันสื่อ กับ 5 คำถามเอ๊ะ	05
บทที่ 02	ผู้สูงวัยรู้จัก (ใช้) สื่อ	25
บทที่ 03	กฎหมายสื่อน่ารู้	55
บทที่ 04	ผลกระทบจาก สื่อไม่ปลอดภัย	85
บทที่ 05	การมีส่วนร่วมในสื่อ	101
	บรรณานุกรม	126
	คู่มือกิจกรรม สันทนาการ	127

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

บทที่ 1
ผู้สูงวัย รู้เท่าทันสื่อกับ 5 คำถามเอ๊ะ

เป้าหมายของบท

- รู้จักและเข้าใจความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ
- สามารถใช้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้จากการใช้ 5 คำถามเอ๊ะ

เอ๊ะ ใครสร้างเนื้อหา เขามีวัตถุประสงค์อะไร?

เอ๊ะ เทคนิคอะไรทำให้เราสนใจอยากดูต่อ?

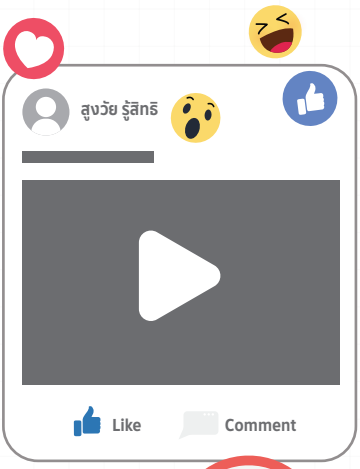
เอ๊ะ เรารู้สึกยังไง เชื่อดีไหม ตัดสินใจอย่างไรดี?

เอ๊ะ สื่อเขานำเสนอมีครบทุกมุมมองไหม?

เอ๊ะ ผู้ผลิตสื่อได้ประโยชน์อย่างไร?

1 ความหมายและความสำคัญ ของการรู้เท่าทันสื่อ

มารู้จัก
การรู้เท่าทันสื่อกันนะ



การรู้จักเลือกใช้สื่อทั้งโทรทัศน์ วิทยุและโซเชียลมีเดีย โดยไม่หลงเชื่อสื่อง่าย ๆ รู้จักตั้งข้อสงสัย รู้จักตั้งคำถาม รู้จักแยกแยะความจริงและความคิดเห็น รู้จัก

ทำไม
ผู้สูงวัยต้องรู้เท่าทันสื่อ

ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมีเป็นจำนวนมาก มีความหลากหลายทั้งเนื้อหาและรูปแบบสื่อผ่านโทรทัศน์ วิทยุ และโซเชียลมีเดีย (Social Media) มีเทคนิค การนำเสนอที่น่าสนใจกระตุ้นให้ผู้สูงวัยเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น แต่ไม่สามารถกลั่นกรองได้และมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามหรือเชื่อตามที่สื่อต้องการ

2 ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ผ่านคำถามเอ๊ะ 5 ข้อ เพื่อใช้ในการฝึกทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อคืออะไร ?

คือ ความสามารถในการใช้สื่อ 4 ด้าน

เลือกใช้สื่อเป็น

คือ การเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย

วิเคราะห์สื่อได้

คือ การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ข้อเท็จจริง และความคิดเห็นได้

ประเมินสื่ออย่างเข้าใจ

คือ การแยกแยะข้อดี-ข้อเสีย และประโยชน์ของสื่อได้

สร้างสรรค์สื่ออย่างรู้เท่าทัน

คือ สามารถผลิตสื่อและส่งต่อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้

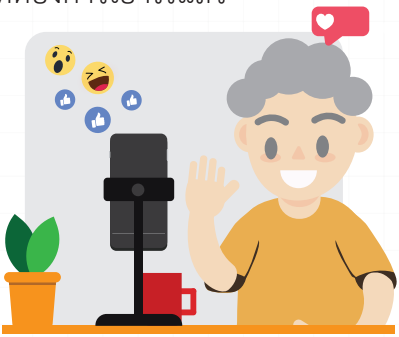
ผู้สูงวัย จะรู้เท่าทันสื่อได้อย่างไร?

ง่าย ๆ กับ คำถาม 5 เอ๊ะ ก่อนเชื่อสื่อ

เอ๊ะที่ 1

ใครสร้างเนื้อหา เขามีวัตถุประสงค์อะไร?

สื่อ คือสิ่งประกอบสร้าง เพราะผู้ผลิตสื่อวางแผน ออกแบบการผลิตและกำหนดเป้าหมายที่ต้องการเอาไว้แล้ว



ผู้ผลิต รู้ว่าใคร เหมาะที่จะเป็นผู้นำเสนอเนื้อหา เช่น ดารา อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) นักข่าว ติ๊กต็อกเกอร์ (Tik - Toker) ยูทูบเบอร์ (YouTuber) หน่วยงานองค์กรที่น่าเชื่อถือ

ผู้ผลิต กำหนดวัตถุประสงค์ว่าต้องการอะไรจากการนำเสนอ เช่น สร้างยอดขาย จูงใจให้รีบตัดสินใจด้วยโปรโมชัน โน้มน้าวใจให้เชื่อ สร้างกระแส เรียกร้องความสนใจ สร้างความขัดแย้ง เปลี่ยนแปลงความคิด ความคาดหวัง ความเชื่อ พฤติกรรมให้เป็นไปตามที่สื่อนำเสนอ

เอ๊ะที่ 2

เทคนิคอะไรทำให้เราสนใจอยากดูต่อ?

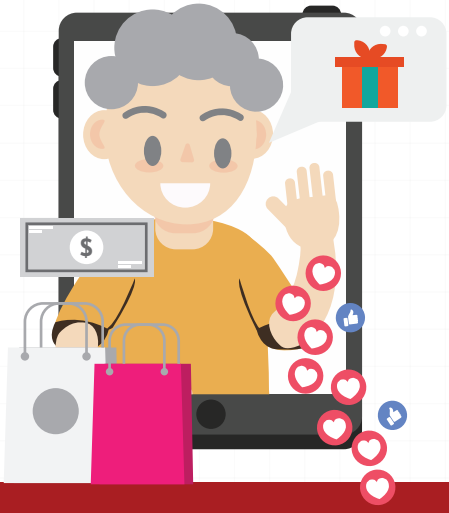
สื่อแต่ละชนิดมีเทคนิคและวิธีการสร้างความน่าสนใจ
การจูงใจให้เราติดตาม

เทคนิค ในการจูงใจ เช่น สาธิตวิธีการใช้งาน อธิบายบรรยายในเชิงวิชาการ งานวิจัย มุมกล้องที่เน้นภาพหรือบุคคลนำเสนอ สัญลักษณ์

ภาพ ที่ใหญ่ ข้อความขนาดใหญ่ สีสันสะดุดตา เสียงเพลงเร้าใจ เสียงประกอบเร้าอารมณ์ คำพูดเข้าใจง่าย ติดหู อุปกรณ์ประกอบฉากเสื้อผ้า การแต่งกาย

อารมณ์ ในการนำเสนอ เช่น ดราม่า เศร้า น่าเห็นใจ สนุก-ตลก จริงจัง แฟนตาซี มีเหตุผล

การเล่าเรื่อง ให้เกิดการติดตาม เช่น การเปรียบเทียบก่อนใช้-หลังใช้ วิธีการแก้ปัญหา เสี้ยวหนึ่งของชีวิต การ์ตูนเล่าเรื่อง บุคคลที่มีชื่อเสียง-ดารา-ผู้เชี่ยวชาญเล่าเรื่อง ประโยชน์เกินจริง



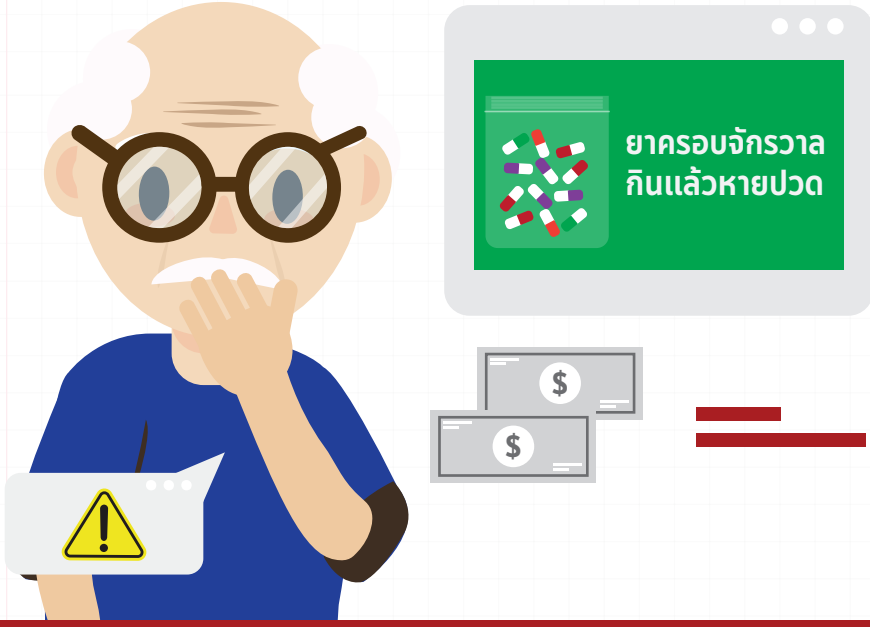
เอ๊ะที่ 3

เรารู้สึกยังไง เชื่อดีไหม ตัดสินใจอย่างไรดี?

การตีความหมายจากสื่อ เรารู้สึกอย่างไรเมื่อเห็น ดู ฟัง เนื้อหาจากสื่อ

เปรียบเทียบความรู้สึกของเราว่าเหมือนหรือแตกต่างจากบุคคลที่แสดงในสื่อ เช่น เราก็มีอาการเหมือนที่สื่อนำเสนอ เรารู้สึกเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยตามสื่อที่นำเสนอ ถ้าเราเป็นคนนั้นก็น่าเห็นใจ เศร้าใจด้วยเช่นกัน คนที่นำเสนอไม่น่าเชื่อถือ

เปรียบเทียบและทำความเข้าใจบุคคลอื่นที่มองสื่อแตกต่างจากเรา การพยายามทำความเข้าใจและยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น เช่น แม้เขาจะคิดไม่เหมือนเรา แต่ก็รับฟังได้



เอ๊ะที่ 4

สื่อนำเสนอมีครบทุกมุมมองไหม?

การสื่อความหมายของสื่อ เป็นความพยายามสร้าง กระตุ้น โน้มน้าว ให้เชื่อ หรือเป็นไปตามมุมมองหรือค่านิยมที่สื่อต้องการนำเสนอ เช่น

สื่อ บอกว่า ใครและอะไรถูกนำเสนอด้านดี-ไม่ดี เป็นความพยายามนำเสนอเพื่อโจมตีหรือปกป้องบุคคลใดบุคคลหนึ่งภายใต้อำนาจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

สื่อ บอกว่า ใครและอะไรที่ไม่ถูกกล่าวถึง เป็นความพยายามในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยไม่กล่าวถึงอีกฝ่ายที่ได้เปรียบหรือเสียเปรียบ

สื่อ บอกว่า ทำไมคนกลุ่มนี้หรือสิ่งนี้ถูกนำเสนอในด้านนี้ เป็นความพยายามนำเสนอโดยชี้นำและหาเหตุผลสนับสนุนการกระทำของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

สื่อ บอกว่า นำเสนอได้ครบถ้วน รอบด้าน ไม่มีอคติ เป็นความพยายามในการนำเสนอโดยกล่าวอ้างว่า นำเสนอได้ครบทุกแง่มุมของสังคม ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทุกฝ่าย ไม่แสดงความคิดเห็นที่เอนเอียงไปด้านใดด้านหนึ่ง

เอ๊ะที่ 5

ผู้ผลิตสื่อได้ประโยชน์อย่างไร?

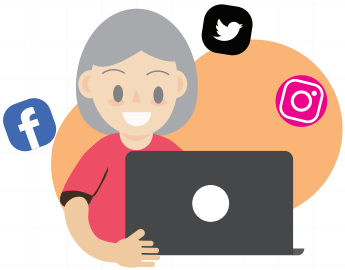
ใครเป็นผู้ได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง จากการนำเสนอของสื่อ

นักการเมือง

ได้สร้างอำนาจ
และอิทธิพลทางการเมือง

ผู้โฆษณาสินค้า
หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์

ได้รายได้และกำไรจากการขาย



เจ้าของสถานี
หรือผู้ผลิตสื่อ

ได้รายได้จากการโฆษณา

อินฟลูเอนเซอร์

ดารา ยูทูบเบอร์ ติ๊กต็อกเกอร์
ได้กระแสความนิยมและรายได้

มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

กิจกรรมประจำบทที่ 1 ประกอบด้วย 2 กิจกรรม

1. กิจกรรมที่ 1 เปิดคลิปข่าว
2. กิจกรรมที่ 2 เปิดคลิปโฆษณา

สามารถเลือกเพียง 1 หรือ ทำทั้ง 2 กิจกรรมได้

กิจกรรมที่ 1
เปิดคลิปข่าว

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1	เปิดคลิปประจำบท เพื่อทำความเข้าใจ “ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ” และ “5 คำถามเอ๊ะ” (3 นาที)
2	จัดกลุ่ม ๆ ละ 10 คน พร้อมพี่เลี้ยง 1 คน (2 นาที)
3	เปิดคลิปข่าวดูจนจบ (1-3 นาที)
4	พี่เลี้ยงอ่านคำถามทีละข้อ ทีละกลุ่ม แล้วให้สมาชิกในแต่ละกลุ่มตอบ เพื่อรับฟังคำตอบของสมาชิกในแต่ละกลุ่มจนครบ 5 ข้อ (20 นาที)
5	พี่เลี้ยงสรุปคำตอบแต่ละข้อบนฟลิปชาร์ต (3 นาที)

ระยะเวลาที่ใช้ 30 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

1. คลิปประจำบทที่1
2. คลิปข่าว
3. ทีมพี่เลี้ยงประจำกลุ่ม
4. ฟลิปชาร์ต และ ปากกาไวท์บอร์ด

ใบกิจกรรมที่ 1

เมื่อดูข่าวแล้ว คุณเห็น ได้ยิน และรู้สึกอย่างไร

ข่าว ระบบโรงพยาบาลล่ม ทำหมอทะเลาะคนไข้

: เครดิต onenews31

1. ใครสร้างเนื้อหาและเขามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

แนวทางคำตอบ

- ใครคือผู้สร้างเนื้อหา เช่น ผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าว ติ๊กต็อกเกอร์ สำนักข่าว ดารา
- ข่าวมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร เช่น สร้างความขัดแย้งระหว่างโรงพยาบาลกับคนไข้ สร้างความเห็นใจต่อคนไข้ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับระบบของโรงพยาบาล...

2. เทคนิคอะไรที่ทำให้คุณอยากดูข่าวจนจบ เพราะอะไร

แนวทางคำตอบ

- อยากดูจนจบ เพราะวิธีการนำเสนอน่าสนใจ เป็นเรื่องที่สนใจ เป็นเรื่องใกล้ตัว เพราะต้องไปโรงพยาบาลบ่อย ๆ ...
- ไม่อยากดูจนจบ เพราะไม่น่าสนใจ น่าเบื่อ ไร้สาระ ...
- มุมมองกล้อง
- ....

3. ดูข่าวแล้วรู้สึกอย่างไร เชื่อดีไหม อยากทำอะไรต่อ

แนวทางคำตอบ

- โกรธ อยากต่อว่าหมอ อยาก...
- ไม่พอใจ ทำไมระบบล่มแล้วไม่แก้ไข อยากถาม อยากรู้
- ...

4. ข่าวนำเสนอเนื้อหาได้ครบถ้วนหรือไม่

แนวทางคำตอบ

- ครบถ้วนทุกมุมมอง มีการอธิบายสาเหตุการล่มของระบบและบอกเล่าอารมณ์ความรู้สึกของคนไข้
- อคติ ค่อนข้างเอนเอียงไปทางเห็นใจคนไข้ / หมอ (โรงพยาบาล)
- ...

5. ผู้ผลิตสื่อได้รับประโยชน์อะไรบ้าง

แนวทางคำตอบ

- ข่าว (เนื้อหา) ได้รับความสนใจ มีผู้ติดตามชมมากขึ้น มีการถูกพูดถึงในสังคม
- ได้เรตติ้งเพิ่มขึ้น (มียอดไลก์ ยอดแชร์ จำนวนจากการคอมเมนต์)
- รายได้จากยอดวิว
- อำนาจในการโน้มน้าวให้เชื่อตามที่นำเสนอ
- ...

กิจกรรมที่ 2
เปิดคลิปโฆษณา

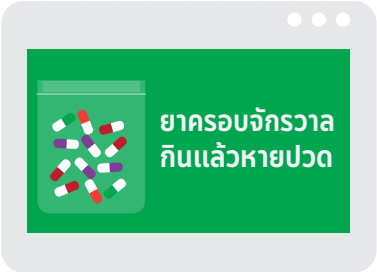
ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

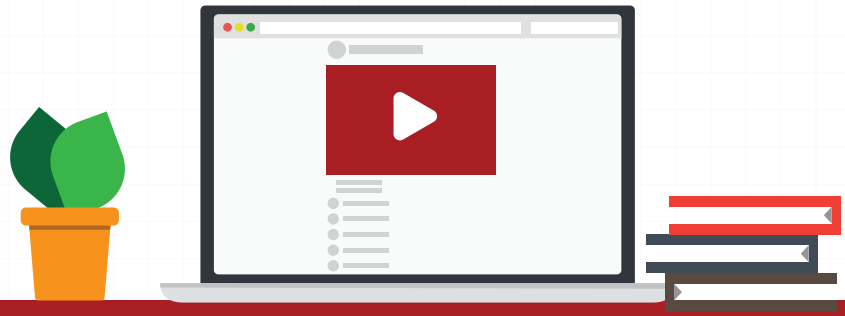
1	เปิดคลิปโฆษณา ดูจนจบ (1 นาที)
2	พี่เลี้ยงอ่านคำถามทีละข้อ แล้วให้ผู้เรียนทั้งห้องร่วมกันแสดงความคิดเห็น เพื่อรับฟังคำตอบของสมาชิกในห้องจนครบ 5 ข้อ (15 นาที)

ระยะเวลาที่ใช้ 30 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

1. คลิปโฆษณา (1-2 นาที)
2. ทีมพี่เลี้ยงประจำกลุ่ม
3. ฟลิปชาร์ต และ ปากกาไวท์บอร์ด





ใบกิจกรรมที่ 2
เมื่อดูโฆษณาแล้ว คุณเห็น ได้ยิน และรู้สึกอย่างไร

คลิปโฆษณา น้ำมันงาดำสกัดเย็น ตัวดัง ดีจริง...พรีเมียมจริง... หรือมีดีแค่การตลาด?

: เครดิต k.gorawit เภสัชพี่หมี

1. ใครสร้างเนื้อหาและเขามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

แนวทางคำตอบ

- ผู้สร้างเนื้อหาคือผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ เช่น ดารา ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ติ๊กต็อกเกอร์ คนทั่วไปที่ใช้จริง
- โฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร เช่น บอกสรรพคุณ บอกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เน้นย้ำความมีชื่อเสียง การได้รับความนิยมทั้งในติ๊กต็อกและรายการโทรทัศน์และมียอดขายสูง ผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐาน GMP ผลิตจากงาดำเกรดพรีเมียมที่ดีกว่าสายพันธุ์อื่น กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ (ช่วยลดอาการปวดข้อ ปวดเข่า งาดำสายพันธุ์นี้มีสารพิเศษมากกว่าสายพันธุ์ทั่วไปคือ มีสารต้านอนุมูลอิสระ แคลเซียมสูงกว่านมวัว 8 เท่า และยังมีธาตุเหล็ก วิตามินบี 1 3 6 สารเซซามินจากงานวิจัยช่วยลดการปวดข้อ ปวดเข่า กระตุ้นการสร้างกระดูกอ่อน เพิ่มมวลกระดูก ลดการสลายของกระดูก เหมาะกับคนที่เป็นโรคปวดข้อ ปวดเข่า เข่าเสื่อม กระดูกพรุน เกาต์ รูมาตอยด์)

2. เทคนิคอะไรที่ทำให้คุณอยากดูโฆษณาจนจบ เพราะอะไร

แนวทางคำตอบ

- อยากดูจนจบเพราะเนื้อหาน่าสนใจตรงกับโรคที่กำลังเป็น กำลังหาตัวช่วยแก้อาการ
- ผู้นำเสนอเป็นที่น่าเชื่อถือ
- ไม่อยากดู เพราะไม่ตรงกับโรคที่เป็น ไม่รู้จักคนที่นำเสนอ...

3. ดูโฆษณาแล้วรู้สึกอย่างไรเชื่อดีไหมอยากทำอะไรต่อ

แนวทางคำตอบ

- เชื่อว่าช่วยลดอาการปวดเข่าได้ ตัดสินใจซื้อ
- ยังไม่เชื่อว่ารักษาได้จริง หาข้อมูลเพิ่ม (ถามเพื่อน คนรู้จัก ถามหมอ ดูจากโซเชียลอื่น...)
- ไม่แน่ใจ ขอหาข้อมูลก่อน
- น่าเชื่อถือ เพราะโฆษณาผ่านรายการโทรทัศน์ชื่อดังหลายรายการ/มีดารา / ผู้เชี่ยวชาญ ให้การรับรอง ผลิตภัณฑ์มีคนแนะนำและกล่าวถึงมากในติ๊กต็อก
- บอกสรรพคุณโอ้อวดเกินจริง เพราะอาหารไม่ใช่ยา รักษาโรคไม่ได้

4. โฆษณานำเสนอเนื้อหาได้ครบถ้วนหรือไม่

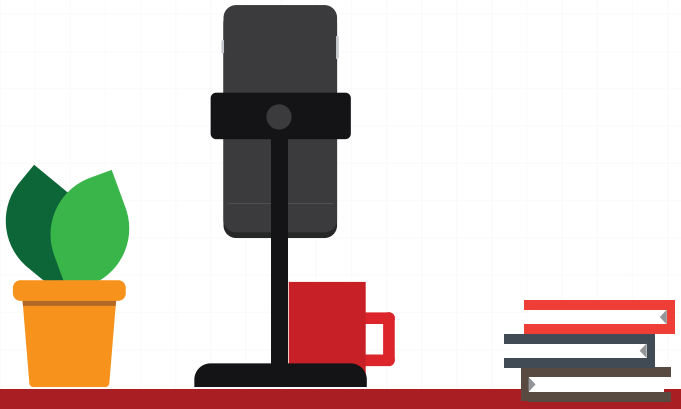
แนวทางคำตอบ

- ครบถ้วน เพราะบอกสรรพคุณ วิธีการผลิต คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
- ไม่ครบถ้วน ไม่บอกผลข้างเคียง ไม่บอกว่าข้อควรระวัง ...

5. ผู้ผลิตสื่อโฆษณาได้รับประโยชน์อะไรบ้าง

แนวทางคำตอบ

- ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้นได้รับความสนใจ
- ผู้โฆษณาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น มีรายได้จากยอดวิว
- เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้รายได้จากการขาย
- ความน่าเชื่อถือของผู้โฆษณามีอำนาจในการโน้มน้าวให้เชื่อตามสรรพคุณที่กล่าวอ้าง
- ...



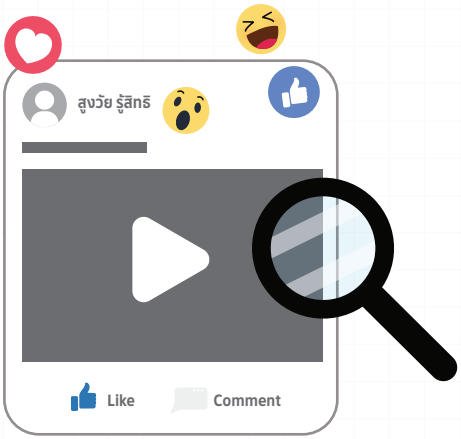
บทสรุป

1.สื่อคือสิ่งประกอบสร้าง เพราะมีการวางแผน การออกแบบ และกำหนดเป้าหมายไว้แล้ว

- มีการออกแบบฉาก เตรียมข้อมูลและวิธีการนำเสนอว่าต้องการให้ผู้รับชมเห็น ได้ยิน มีความเชื่อและคล้อยตาม

2.สื่อแต่ละชนิดจะมีเทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจแตกต่างกัน

- การใช้ดารา ผู้เชี่ยวชาญ การนำเสนอความนิยม (กระแสความดัง ยอดไลก์ ยอดแชร์) การเน้นภาพขนาดใหญ่ที่ตัวผลิตภัณฑ์ขึ้นหน้าจอตลอดเวลา การเน้นข้อความว่าได้รับการรับรอง หรือมีความพิเศษมาก เน้นสรรพคุณ สารสกัดที่มีประโยชน์ต่อร่างกายหลากหลาย มีภาพกระบวนการผลิตผ่านโรงงานที่น่าเชื่อถือได้รับมาตรฐาน GMP ขึ้นข้อความเน้นตัวเคลื่อนไหวเพื่อกระตุ้นความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือ แสดงว่ารับประทานจริง มีข้อความแสดงปุ่มให้รีบกดซื้อ



3.ความรู้สึกที่แต่ละคนมีต่อสื่อแตกต่างกัน นั่นคือ บุคคลมีการตีความหมายสื่อต่างกัน

- บางคนเชื่อแล้วซื้อทันที บางคนไม่เชื่อ แต่ไปหาข้อมูลเพิ่ม บางคนไม่เชื่อเพราะเชื่อว่าเป็นโฆษณาเกินจริง ไม่มีอาหารเสริมที่กินแล้วรักษาหายได้

4.การนำเสนอของสื่อพยายามสร้างมุมมอง ความเชื่อ ค่านิยมให้เกิดความคล้อยตามสื่อ (บอกไม่ครบถ้วน / นำเสนอด้านเดียว)

- โฆษณาเน้นบอกสรรพคุณ โน้มน้าวให้คล้อยตามว่า ช่วยแก้ปัญหาได้จริง รับประทานแล้วอาการดีขึ้น เป็นการบอกข้อมูลด้านเดียว ไม่บอกข้อควรระวัง หรือ ข้อบ่งชี้ในการรับประทาน (ข้อห้าม)

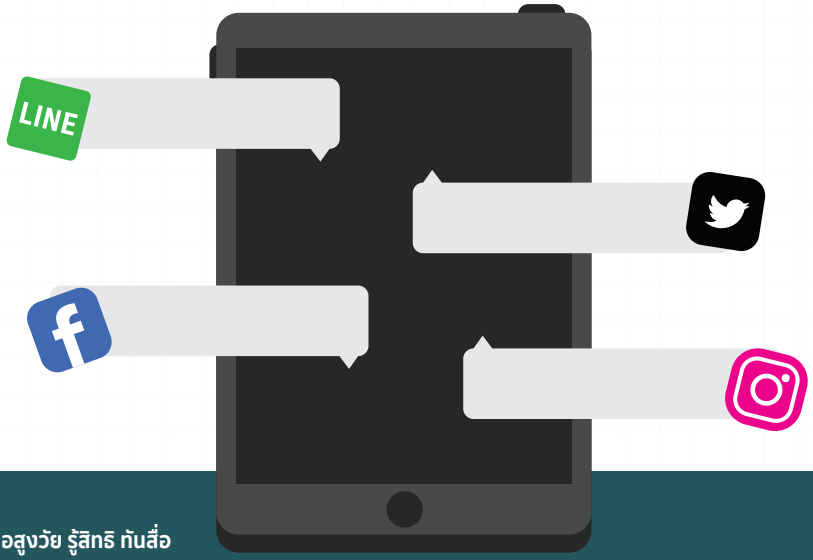
5.ผู้ผลิตสื่อย่อมได้รับผลประโยชน์จากการนำเสนอสื่อ ไม่ว่าจะเป็น รายได้ กำไร ชื่อเสียง ความนิยม

ผู้สูงวัยคือพลังสำคัญของสังคม
จำเป็นต้องติดอาวุธทักษะการรู้เท่าทันสื่อ
เพื่อส่งเสริมให้เป็นนักสื่อสารที่ส่งต่อ
ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

บทที่ 2
ผู้สูงวัยรู้จัก (ใช้) สื่อ

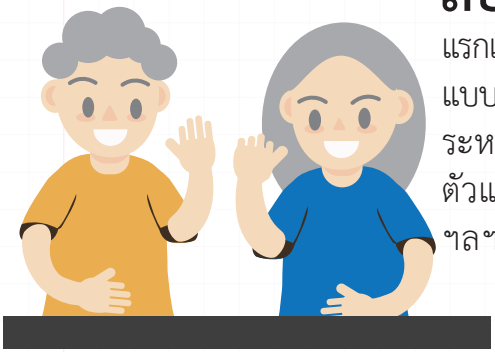
เป้าหมายของบท

- รู้จักช่องทางสื่อแต่ละประเภทในปัจจุบัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออกอากาศ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล
- รู้จักประเภทของเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภท
- มีทักษะการใช้สื่อดิจิทัลในเบื้องต้นได้อย่างปลอดภัย



1 มารู้จักสื่อกัน

สื่อตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี หากแบ่งประเภทของสื่อตามลักษณะช่องทางการเผยแพร่สามารถแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ (สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์, 2566) ได้แก่

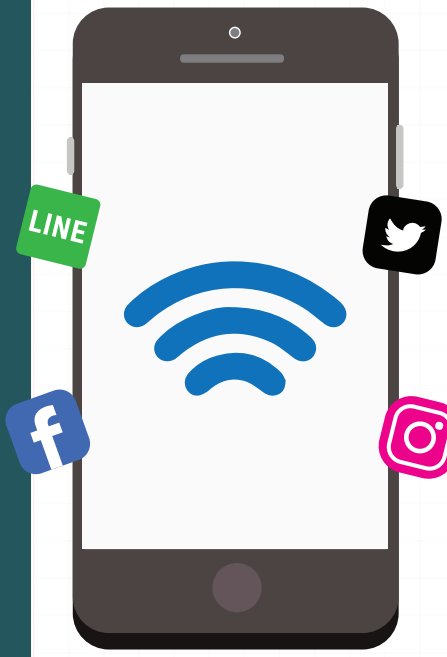


สื่อบุคคล เป็นช่องทางการสื่อสารแรกเริ่มของมนุษย์ โดยสื่อสารผ่านการสนทนาแบบพบเจอหน้า เพื่อติดต่อ ให้ข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน เช่น การพูดคุยกันในครอบครัว ตัวแทน อสม. รถเร่ขายสินค้าในหมู่บ้าน ฯลฯ

สื่อสิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ สื่อสิ่งพิมพ์ทำให้การสื่อสารผ่านสื่อเผยแพร่ออกไปได้กว้างและไกลมากขึ้น ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว จดหมายข่าว หนังสือ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ นอกจากนี้ในช่วงหนึ่งเรานิยมสื่อสารกันผ่านการส่งไปรษณีย์ เช่น จดหมายแจ้งของหน่วยราชการ ธนาคาร ฯลฯ

สื่อออกอากาศ

เป็นการสื่อสารผ่านช่องทางของคลื่นวิทยุและดาวเทียม สามารถกระจายข้อมูลได้ในวงกว้างถึงผู้ชมผู้ฟังที่อยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งผู้ผลิตเนื้อหามักเป็นองค์กรสื่อที่ต้องอาศัยเทคนิคการผลิตที่ซับซ้อน



สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล

คือสื่อที่ใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์รวมถึงสื่อที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer) และอินเทอร์เน็ต (Internet) ทำให้การสื่อสารทำได้อย่างสะดวกมากขึ้น ก้าวข้ามข้อจำกัดของเวลาและสถานที่ และยังเปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้เป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น อุปกรณ์สื่อสารที่สำคัญเช่น โทรศัพท์ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน (Smartphone) เพจเจอร์ (Pager) คอมพิวเตอร์ แทปเล็ต (Tablet) ส่วนช่องทางการสื่อสารที่รู้จักกันดี ได้แก่ เว็บไซต์ (Website) และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) ติ๊กต็อก (TikTok) ไลน์ (LINE) ฯลฯ

นอกจากนี้ในชุมชนเอง ยังมีสื่อชุมชนหรือสื่อท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อติดต่อสื่อสาร แจ้ง และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของผู้อยู่ในพื้นที่ มีความใกล้ชิดกับคนในชุมชน ใช้งานได้อย่างง่าย สะดวก และมักมีการจัดการและเป็นเจ้าของโดยชุมชนเอง เช่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน การจัดเสียงตามสาย ฯลฯ

พัฒนาการของสื่อได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการสื่อสาร ทั้งในระดับบุคคล และองค์กร จากสื่อที่สื่อสารได้ในวงจำกัดระหว่างบุคคล พัฒนาไปจนสามารถสื่อสารไปยังคนจำนวนมากในเวลารวดเร็ว รวมถึงสามารถใช้ประโยชน์จากเรื่องส่วนบุคคลไปจนการนำไปใช้ในทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอาจนำมาซึ่งผลกระทบทางลบ เช่น ไม่สามารถจัดสรรเวลาการใช้ให้เหมาะสม เป็นเครื่องมือโฆษณาชวนเชื่อ แพร่กระจายข่าวปลอม สร้างค่านิยมที่ไม่เหมาะสม ฯลฯ

สื่อบุคคล	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อออกอากาศ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล
ผ่านการสนทนาพูดคุย	อ่านจากตัวหนังสือ	ชม และฟัง	อ่าน/ชม/ฟัง
โต้ตอบกันได้ทันที	โต้ตอบกันไม่ได้ทันที	โต้ตอบกันไม่ได้ทันที	โต้ตอบกันได้ทันที หรือต้องรอเวลาตอบกลับ ขึ้นกับสื่อที่ใช้
ทุกคนสามารถเป็นสื่อบุคคลได้	มีผู้ผลิตสื่อเป็นคนผลิตเนื้อหา	มีผู้ผลิตสื่อเป็นคนผลิตเนื้อหา	มีผู้ผลิตสื่อ รวมถึงคนทั่วไปก็เป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้

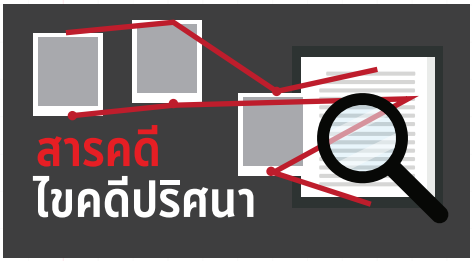
2 ในสื่อมีเนื้อหาอะไรบ้าง

ข่าว คือ ข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งมีผลกระทบความน่าสนใจ ความเด่น ต่อผู้ชม ในการนำเสนอข่าวออกสู่สาธารณะ เน้นหลักการ คือ ความถูกต้อง ความสมดุล ความเที่ยงตรงและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย แต่ในยุคที่สื่อเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งช่องทางการเผยแพร่ที่มีความหลากหลาย การพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่

THE NEWS
ข่าวด่วนทันปัจจุบัน

ทำให้เกิดการแข่งขันสูงในการนำเสนอข่าวเพื่อแย่งชิงผู้ชม มีการปรับรูปแบบการนำเสนอในลักษณะของการเล่าข่าวที่มีการใส่ความคิดเห็นส่วนตัวกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมหรือคล้อยตาม จึงอาจนำไปสู่ความผิดพลาดในการนำเสนอ การขาดจริยธรรมของผู้ทำงานข่าว และทำให้การประเมินความน่าเชื่อถือของข่าวแต่ละชิ้นเป็นเรื่องที่ยาก

สารคดี คือ เสนอเรื่องราวของความจริง ข้อมูลความรู้ เรื่องราวเชิงเจาะลึกที่ศึกษาข้อมูลอย่างรอบคอบ มุ่งเน้นให้สาระ ความรู้ มุมมอง ความคิด ความกระจ่าง ส่วนความสนุกสนานเพลิดเพลินนั้นเป็นเป้าหมายรอง มีการสร้างสรรค์องค์ประกอบภาพและเสียง ทำให้เกิดการใช้จินตนาการ สร้างอารมณ์ น่าเชื่อถือ และน่าติดตาม



อย่างไรก็ตาม สารคดีมีการสอดแทรกความหมาย ทัศนะ ค่านิยม คุณค่า ต่าง ๆ อยู่เช่นกัน เช่น สารคดีเกี่ยวกับชนเผ่า ผู้ผลิตอาจสอดแทรกอคติการเล่าเรื่องไม่ครบทุกแง่มุม นำไปสู่มุมมองที่บิดเบือนหรือไม่ถูกต้องต่อกลุ่มชนเผ่าได้ รวมถึงบางครั้งสารคดีอาจมีภาพความรุนแรงหรือไม่เหมาะสมปรากฏอยู่ด้วย

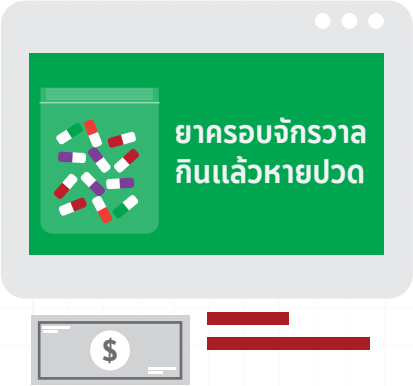
รายการปกิณกะ

นำเสนอความบันเทิง โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอ โดยมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจ สร้างความสนุกสนานบันเทิงให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่แตกต่างหลากหลาย เช่น รายการแสดงดนตรีและร้องเพลง รายการแสดงตลก รายการเกมโชว์ รายการเรียลลิตี้โชว์ รายการเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ฯลฯ

สิ่งที่ผู้ชมควรพิจารณาจากการรับชมรายการประเภทนี้ คือ ความไม่เหมาะสมของเนื้อหา ประเภทความรุนแรง หยาบคาย ลามก เช่น การกลั่นแกล้งทารุณสัตว์ การแต่งกายโป๊เปลือยในรายการ ฯลฯ การขาดจริยธรรมในการปฏิบัติต่อผู้ร่วมรายการ เช่น เยาะเย้ย กลั่นแกล้ง ดูถูก ล้อเลียน ฯลฯ รวมถึงโฆษณาแฝงที่แทรกอยู่ในรายการ เช่น การตั้งโชว์สินค้า แผ่นป้ายโฆษณาที่แฝงอย่างแนบเนียน ฯลฯ

ละคร คือ รูปแบบรายการประเภทบันเทิง มีบทละครและเรื่องราวซึ่งอาจเป็นเรื่องแต่ง หรือดัดแปลงจากเรื่องจริง มีการกำหนดตัวนักแสดง ใช้เทคนิคการถ่ายทำ การแต่งหน้าตา และแต่งกายให้สมจริงตามเนื้อหาเรื่อง โดยละครมีเป้าหมายมุ่งเน้นความบันเทิงเป็นหลัก แต่อาจสอดแทรก ความรู้ แนวคิด ค่านิยม จากเนื้อหาของเรื่องที่บางครั้งขัดต่อศีลธรรมจรรยา หรือผิดกฎหมาย เช่น แต่งกายวาบหวิว ยอมรับความรุนแรงต่อผู้อื่น เลียนแบบความฟุ้งเฟ้อ พระเอกข่มขืนนางเอก ฯลฯ รวมถึงมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะกับผู้ชมที่เป็นเด็กหรือเยาวชน เช่น ภาพน่ากลัวหวาดเสียว ลามก อนาจาร คำพูดที่ก้าวร้าวรุนแรง ฯลฯ

การโฆษณา เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อกระตุ้นจูงใจให้ลูกค้าผู้บริโภคสนใจ รู้จัก และเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ โดยเจ้าของจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ของตน ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อบุคคล สื่อหลักเดิม และสื่อใหม่



กลยุทธ์ทางการตลาดหลากหลายแบบเกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการของตน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาสื่อโฆษณาให้ละเอียดรอบคอบว่ามีการให้ข้อมูลที่เป็นจริงหรือมีโฆษณาชวนเชื่อเกินจริงหรือแอบแฝงค่านิยมความคิดใด เพราะอาจเกิดผลเสียหายมีอันตรายต่อผู้บริโภค หรือผลกระทบต่อพฤติกรรม เช่น ทำลายสุขภาพ เสียทรัพย์สิน พฤติกรรมเลียนแบบในทางไม่เหมาะสม ฯลฯ

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะด้านสุขภาพ อาทิ ยา ผลิตภัณฑ์ อาหาร เครื่องสำอางมักใช้แนวทางสื่อสารการตลาดด้วยวิธีโฆษณาสรรพคุณเกินความจริงด้วยคำ หรือภาพที่ทำให้ผู้ป่วยโรคเรื้อรังและผู้สูงวัยที่ต้องการดูแลสุขภาพ เช่น ไร้ผลข้างเคียงเห็นผลเร็ว ลดความอ้วน เพิ่มกำลังวังชา ลดความเจ็บปวด ฯลฯ รวมถึงกลยุทธ์จัดโปรโมชัน(Promotion) เช่นซื้อสามแถมหนึ่งซื้อภายในเวลาที่กำหนดจะได้ของแถมหรือลดราคาเพิ่ม

ตัวอย่างการโฆษณาเกินจริง :

“ช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อย บรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ แก้อาการปวดเข่า ปวดขา แก้อาการปวดตามข้อ มือชา เท้าชา ปวดหลังปวดเอว อัมพฤกษ์ อัมพาต แก้ปัญหาเกี่ยวกับเรื่องอาการหอบหืด และก็ภูมิแพ้การปวดเมื่อย ทำให้การดำเนินชีวิตของคุณมีอุปสรรคหรือแม้แต่การทำงานก็ทำได้แบบไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วยไม่เต็มที่ แต่พอทานสมุนไพร แคปซูล xxxx กล่องสีเขียวแล้ว ทำให้มีกำลังวังชาอาการเจ็บปวดต่าง ๆ เหล่านั้นเริ่มลดน้อยลงได้”

อ้างอิงจาก : สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค
ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (2566)
https://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2021-08-12-22-36-12

โฆษณาแฝง เป็นอีกกลยุทธ์การตลาดที่ใช้การจัดวางสินค้า หรือโลโก้แฝงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหารายการ เพื่อเพิ่มการมองเห็นสินค้า และกระตุ้นจูงใจผู้บริโภคโดยที่ผู้บริโภคอาจไม่ได้รู้ตัวว่ากำลังได้รับเนื้อหาโฆษณา เช่น ให้นักแสดงใช้สินค้าและหันโลโก้ (Logo)ให้เห็นชัดเจนในฉากละคร การตั้งสินค้าที่มีโลโก้ไว้บนโต๊ะอ่านข่าวและพูดถึงสินค้านั้น ฯลฯ ซึ่งต่างจากโฆษณา (ตรง) ที่ผู้บริโภครู้ และเลี่ยงรับชมได้

การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ

การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นทักษะสำคัญสำหรับการรู้เท่าทันสื่อ ผู้รับสารควรเข้าใจวัตถุประสงค์ และบทบาทของเนื้อหาสื่อที่รับชมซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจเบื้องหลังของการนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้นเพื่อสามารถประเมินความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสมในการนำเสนอ สิ่งที่แอบแฝงอยู่ในเนื้อหา และผลกระทบทั้งทางบวกและลบต่อตนเองและสังคม

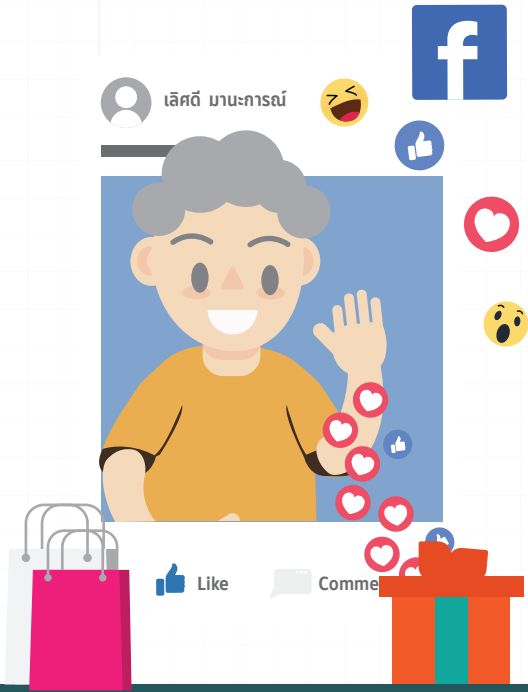
3 โซเชียลมีเดีย สื่อใหม่ขวัญใจสูงวัย

สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียมีประโยชน์มากมายต่อผู้สูงวัย ทั้งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร เรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ติดต่อกับบุคคลอื่น รวมกลุ่มทางสังคมกับเพื่อนหรือครอบครัว คลายเหงา แก้เบื่อ ทำธุรกรรมการเงิน รวมถึงซื้อขายสินค้า

แต่สื่อใหม่ก็มีผลทางลบได้ เช่น ผลเสียต่อสุขภาพสายตา ปวดนิ้ว คอ บ่า ไหล่ ใช้เวลามากไปจนขาดการออกกำลังกาย ใช้ก่อนเข้านอนทำให้นอนไม่หลับ ขาดการพูดคุยสนใจกับคนใกล้ชิด ได้รับข้อมูลปลอม บิดเบือน หลอกลวง จนอาจสูญเสียทรัพย์สิน หรืออันตรายต่อชีวิต

โซเชียลมีเดียยอดนิยมของผู้สูงวัย

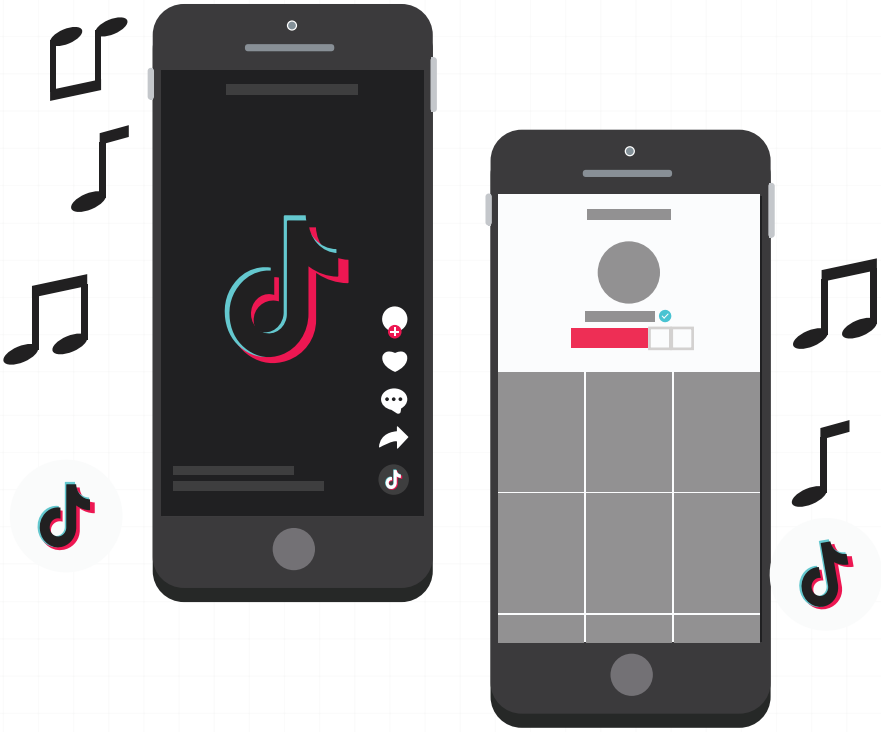
ไลน์ (Line) แอปพลิเคชันสำหรับการส่งข้อความทันทีบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนข้อความ ภาพ วิดีโอ และเสียง ให้บริการการสนทนา และการประชุมทางวิดีโอ นอกจากนี้ ยังมีบริการอีกหลายอย่าง เช่น กระเป๋าเงินดิจิทัล Line Pay, ข่าวใน LINE Today และร้านขายของออนไลน์



เฟซบุ๊ก (Facebook)

เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด ผู้สมัครใช้งานสามารถนำเสนอได้ทั้งข้อความ เนื้อหา ภาพ เสียง และวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเลือกเป็นเพื่อนกับใครก็ได้ในเฟซบุ๊ก นอกจากนี้ผู้ใช้ยังสามารถใช้เฟซบุ๊กเพื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานคนอื่นได้ เช่น แสดงความรู้สึก แสดงความคิดเห็น โทรสนทนา รวมไปถึงทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน (Application) เสริม

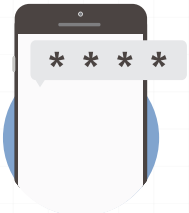
ติ๊กต็อก(TikTok) มีวัตถุประสงค์สำหรับสร้างและเผยแพร่วิดีโอสั้น ๆ แบบออนไลน์เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้เข้ามารับชม ภายในแอปพลิเคชันมีทั้งเสียง ภาพ กราฟิก (Graphic) ตกแต่งต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ใช้งานสนุกไปกับการตกแต่งวิดีโอได้ตามต้องการ ผู้เข้าชมติ๊กต็อกจึงเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่สนใจเนื้อหาบันเทิงเป็นหลักแต่ผู้ใช้งานบางกลุ่มก็สร้างเนื้อหาอื่นๆด้วย เช่น การซื้อขายสินค้า



เอ๊ะ

ก่อน! : การทำงานของโซเชียลมีเดียจะมีการเก็บข้อมูลและพฤติกรรมของผู้ใช้ เช่น บุคคลที่พูดคุยด้วย เวลา ความถี่ เนื้อหาที่ดูและมีการโต้ตอบ อุปกรณ์เชื่อมต่อที่ใช้ หลังจากประมวลผลแล้วจะส่งเนื้อหาที่สอดคล้องกับความสนใจกลับมาเสนอผู้ใช้งานอีกครั้ง

ใช้โซเชียลมีเดียอย่างไร ให้สบายใจปลอดภัย

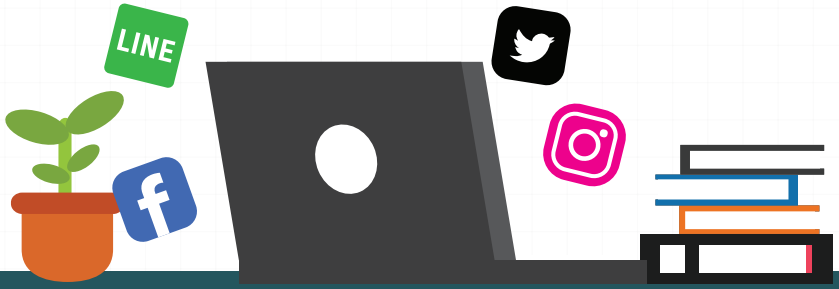


1) อย่าส่งรหัสผ่านหรือแชร์รหัสผ่านเข้าโซเชียลมีเดียกับผู้อื่นเพราะอาจถูกสวมรอยได้

2) อย่าทำธุรกรรมการเงินกับคนไม่รู้จัก (ไม่ทำตาม รอลูกหลาน สอบถามผู้รู้) มิจฉาชีพอาจหลอกใช้เป็นบัญชีม้ารับเงินและโอนต่อให้ผู้อื่นหรืออาจหลอกให้สูญเสียเงิน

3) เปิดเผยข้อมูลในโซเชียลมีเดียเท่าจำเป็น เพื่อป้องกันไม่ให้มิจฉาชีพนำข้อมูลไปแอบอ้างใช้ทำธุรกรรม

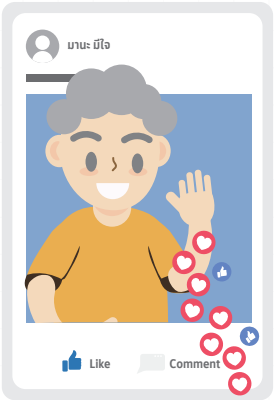
4) รู้วิธีดูโปรไฟล์ปลอมเบื้องต้น



ใช้โซเชียลมีเดียอย่างไร ให้ห่างไกลจากมิจฉาชีพ

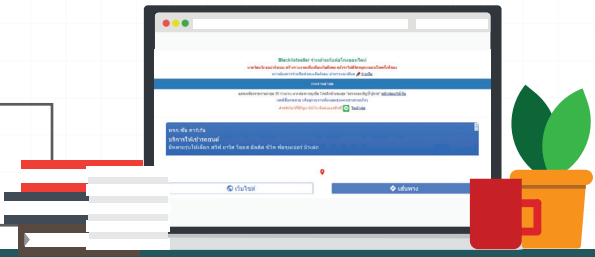
มิจฉาชีพปัจจุบันมีการหลอกลวงเหยื่อโดยนำรูปภาพ ข้อมูลส่วนตัวของบุคคลอื่นมาสร้างโปรไฟล์ สวมรอยเป็นผู้อื่นบนโลกออนไลน์เพื่อหลอกลวงเหยื่อ เช่น หลอกให้รัก หลอกยืมเงิน หลอกลงทุน หลอกขายสินค้า ฯลฯ เพื่อข่มขู่เรียกเงิน การตรวจสอบโปรไฟล์เฟซบุ๊กเบื้องต้นว่าเป็นตัวจริง หรือมิจฉาชีพใช้แอบอ้าง ทำได้ดังนี้

1 **ตรวจสอบโปรไฟล์ว่ามีคนกดรับเป็นเพื่อนอยู่ไหม มีใครมากดไลก์ หรือพูดคุยด้วยไหม ถ้ามีน้อย หรือ ถ้าประวัติดูหรูหราร่ำรวยเกินไปมาก ให้สงสัยไว้ก่อน**



2 **วิดีโอคอล เพื่อตรวจสอบยืนยันตัวบุคคลว่าเหมือนรูปโปรไฟล์หรือไม่ ถ้าไม่ยอมคุยด้วย อาจเพราะจะมาหลอก**

3 **ตรวจสอบประวัติบัญชีมิจฉาชีพ ที่เว็บไซต์ https://www.blacklistseller.com/**

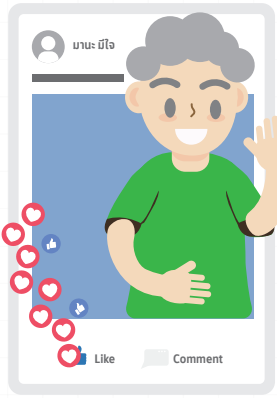


เอ๊ะ

ก่อน! : หากไม่มั่นใจว่าใช่ตัวจริงหรือไม่ ให้ “หยุดคุย บล็อกทิ้ง แจ้งคนไว้ใจได้”

4

การตรวจสอบบัญชีไลน์ปลอม LINE Official Account (LINE OA)หรือ บัญชี LINE สำหรับธุรกิจ LINE OA หรือ บัญชี LINE สำหรับ กลุ่มธุรกิจ เช่น ธนาคาร ห้างร้าน ถ้าเป็น Line ปลอม จะทักเข้าไปหาลูกค้าก่อน และใช้คำพูดคุยโต้ตอบแบบคนจริง ๆ ถ้า Line OA ของจริง ผู้ใช้จะต้องเป็นคนเพิ่มเพื่อนเอง และมีโล่สีเขียว หรือสีน้ำเงินวางอยู่หน้าชื่อแอ็กเคานต์ เพื่อแสดงว่าเป็นบัญชีทางการ หรือบัญชีที่ได้รับการรับรองจากบริษัท LINE



5

รู้จักตั้งค่าโปรไฟล์หรือบัญชีผู้ใช้ของตน การปกป้องบัญชีโซเชียลมีเดียโดยไม่เปิดเป็นสาธารณะ หรือตั้งค่าให้เฉพาะเพื่อนดูได้ เพื่อความปลอดภัย และหากสงสัยว่ามีใครมาแอบเข้าใช้บัญชีโซเชียลมีเดียของตน ให้เปลี่ยนรหัสผ่านใหม่ทันที

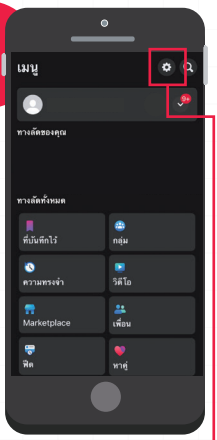
6

ติดตามข่าวสารกลโกงอย่างสม่ำเสมอ เพราะมิจฉาชีพมักมีวิธีการใหม่ ๆ มาหลอกเหยื่อ

ตั้งค่าโปรไฟล์หรือบัญชีผู้ใช้ของตน

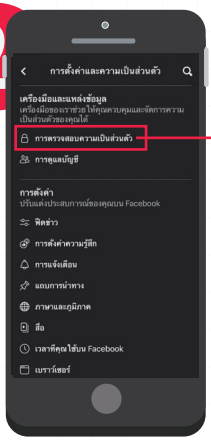
บัญชีเฟซบุ๊ก

1



เข้าที่เมนู และเลือกรูปเฟืองหรือไอคอนตั้งค่าที่ด้านบนของโทรศัพท์

2

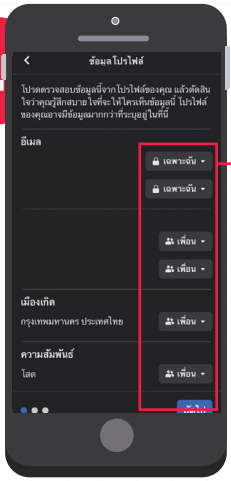


เลือก“การตรวจสอบความเป็นส่วนตัว”

3

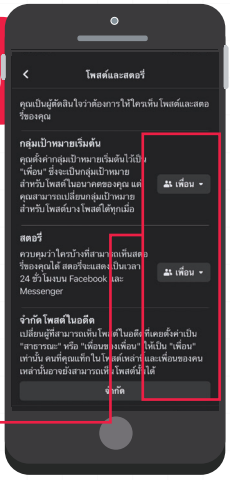
เลือก“คนที่สามารถเห็นสิ่งที่คุณแชร์ได้” และเลือก“ดำเนินการต่อ”

4



เลือกตั้งค่าการเปิดเผยข้อมูลกับกลุ่มคนที่ต้องการ โดยเลือกเปลี่ยนแปลงจากแถบตัวเลือก เช่น สาธารณะ เพื่อนเฉพาะฉัน

5



ผู้ใช้ยังตั้งค่าเลือกได้ว่าให้ใครบ้างสามารถเห็นโพสต์ข้อความ รูปภาพหรือวิดีโอ แต่ละรายการของตน โดยเลือกที่จุดสามจุดด้านขวาของโพสต์จากนั้นคลิกเลือก“แก้ไขความเป็นส่วนตัว” หน้าจอ จะปรากฏตัวเลือก“ใครบ้างที่สามารถเห็นโพสต์ของคุณได้”

บัญชีติ๊กต็อก

เข้าหน้าโปรไฟล์ และเลือกขีดสามเส้น

เลือกการตั้งค่าและความเป็นส่วนตัว

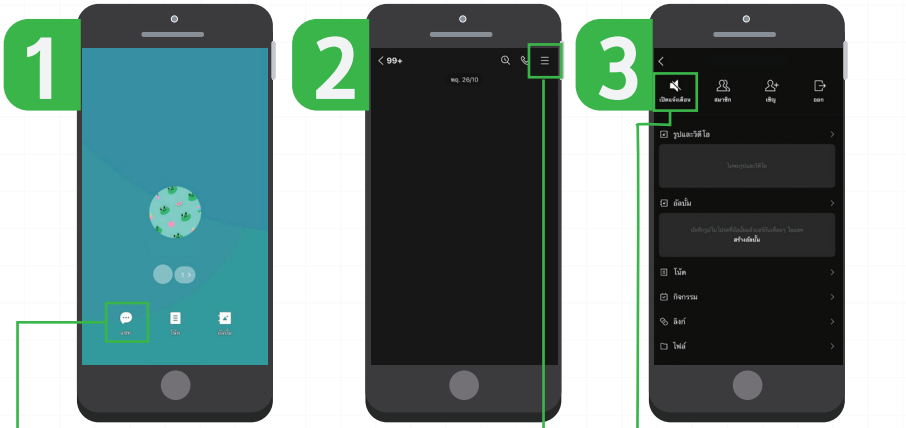
เลือกความเป็นส่วนตัว

ไปที่ ความเป็นส่วนตัว

เปิดหรือปิด บัญชีส่วนตัว

บัญชีไลน์ LINE

ปิดเสียงเตือนข้อความทั้ง จากแชตส่วนตัว หรือแชตกลุ่ม



บล็อกผู้ใช้งานที่ไม่ต้องการ

บัญชีไลน์ LINE

ขั้นตอนการปลดบล็อก

เลือกที่แท็บ “หน้าหลัก” ไปที่ “ตั้งค่า”

เลือกที่ “เพื่อน”

เลือกที่ “บัญชีที่บล็อค”

เลือกที่ “ปลดบล็อค” และกด “ปลดบล็อค”

ปิดการตั้งค่าเพิ่มเพื่อนจากเบอร์โทรศัพท์อัตโนมัติ และป้องกันไม่ให้คนอื่นแอดเพิ่มเพื่อนจากรายชื่อ

ไปที่เมนู ตั้งค่า

เลือก เพื่อน

จากนั้นเลือกปิด เพิ่มเพื่อนอัตโนมัติ (Auto-add friends) และ ปิดอนุญาต ให้เพิ่มเป็นเพื่อน (Allow others to add me)

มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 รู้จักสื่อ
ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1	จัดกลุ่มผู้เข้าอบรม กลุ่มละ 5-10 คน
2	เปิดคลิปวิดีโอ (สบายดีหรือเปล่า) ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารจากอดีต ถึง ปัจจุบัน
3	แจกใบกิจกรรมให้กับแต่ละกลุ่ม 2 ใบหรือตามความเหมาะสม พร้อมอธิบายวิธีการทำกิจกรรม
4	กิจกรรมใบที่ 1 ให้ผู้เข้าอบรมวงกลมภาพของสื่อที่พบในคลิป

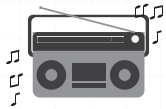
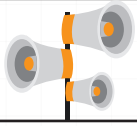
สื่อ / อุปกรณ์

1. คลิปวิดีโอประกอบกิจกรรม
2. ใบกิจกรรม 1 ใบ
3. ปากกา

ระยะเวลาที่ใช้ 15 นาที

ใบกิจกรรมที่ 1

โปรดวงกลมสื่อที่ท่านพบจากการคลิปวิดีโอที่ชมไป

สื่อบุคคล	สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร	สื่อออกอากาศ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล	สื่อชุมชน
				

เฉลยคำตอบ พูดคุยแบบเห็นหน้า, จดหมาย, โทรศัพท์มีสาย, วิทยุ, โทรทัศน์, โทรศัพท์สมาร์ตโฟน, เพจเจอร์, อีเมล, ระบบส่งข้อความทันที Instant messaging (IM), ไฮไฟฟ์, เฟซบุ๊ก

มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

กิจกรรมที่ 2 ใช้สื่ออย่างปลอดภัย สบายใจวัยเก๋า

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1	จัดกลุ่มผู้อบรมแบบจับคู่ หรือ แบ่งเป็นกลุ่มเล็กๆ
2	ให้ผู้ที่มีโทรศัพท์สมาร์ตโฟนในกลุ่มให้นำขึ้นมา
3	ฝึกตรวจเช็กการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวต่าง ๆ บนเฟซบุ๊ก ติ๊กต็อก หรือ ฝึกตั้งค่าการใช้งานบัญชีไลน์ โดยมีพี่เลี้ยงเป็นผู้คอยให้คำแนะนำหากผู้อบรมไม่มีโทรศัพท์แบบสมาร์ตโฟน สามารถช่วยกันกับเพื่อนได้

สื่อ / อุปกรณ์

1. โทรศัพท์สมาร์ตโฟน
2. ภาพแสดงการตั้งค่าการใช้งาน

ระยะเวลาที่ใช้ 15 นาที

มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

กิจกรรมที่ 3 รู้จักเนื้อหาสื่อ

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1	จัดกลุ่มผู้เข้าอบรม กลุ่มละ 5-10 คน
2	แจกใบกิจกรรมที่ 2 ให้กลุ่มละ 2 ใบ หรือตามความเหมาะสม พร้อมอธิบายวิธีการทำกิจกรรม
3	กิจกรรมใบที่ 2 ให้ผู้เข้าอบรมเติมคำตอบประเภทของเนื้อหาจากสื่อที่อยู่ในใบกิจกรรมรวมถึงเป้าหมายในการนำเสนอและสิ่งที่ต้องคำนึงถึง เมื่อรับเนื้อหาเหล่านั้น

สื่อ / อุปกรณ์

1. ใบกิจกรรม ที่ 2
2. ปากกา

ระยะเวลาที่ใช้ 20 นาที

ใบกิจกรรมที่ 2

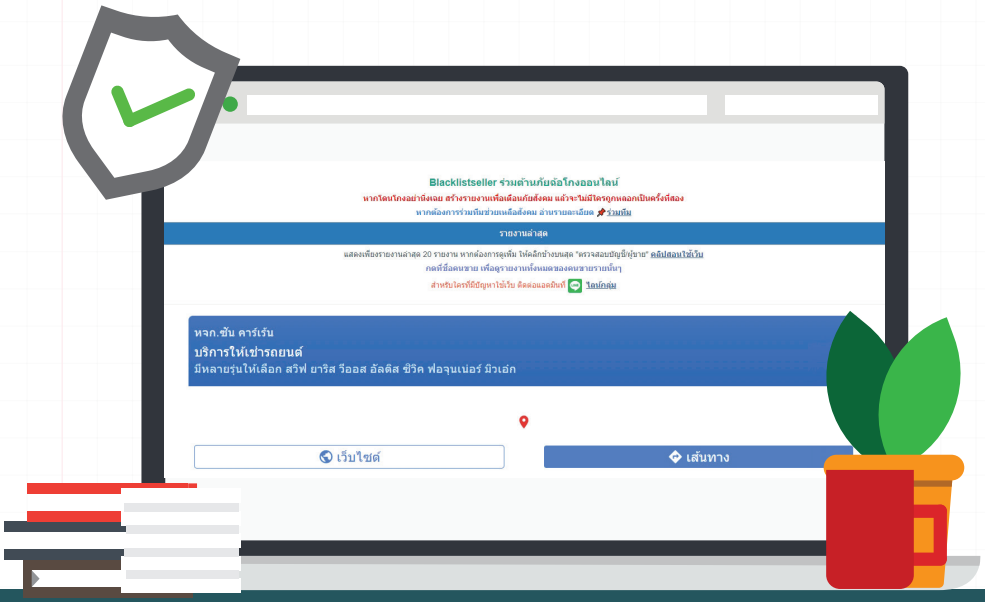
เนื้อหาในภาพต่อไปนี้เป็นเนื้อหาประเภทใด มีเป้าหมายใดในการนำเสนอ และสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงเมื่อรับเนื้อหาเหล่านั้น

รายการ	ประเภท	เป้าหมาย	สิ่งที่ต้องคำนึง
	ข่าว	รายงานข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	ความถูกต้องของข้อมูล จริยธรรมในการนำเสนอ ผลกระทบที่ตามมาจากการนำเสนอ
	ข่าว	รายงานข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	ความถูกต้องของข้อมูล จริยธรรมในการนำเสนอ ผลกระทบที่ตามมาจากการนำเสนอ
	ข่าว	รายงานข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	ความถูกต้องของข้อมูล จริยธรรมในการนำเสนอ ผลกระทบที่ตามมาจากการนำเสนอ

	ละคร	ให้ความบันเทิง	ความเหมาะสมของเนื้อหา (ไม่รุนแรง ไม่หยาบคาย ไม่ลามก) ค่านิยมที่แฝงอยู่
	ละคร	ให้ความบันเทิง	ความเหมาะสมของเนื้อหา (ไม่รุนแรง ไม่หยาบคาย ไม่ลามก) ค่านิยมที่แฝงอยู่
	ปกิณกะ	ให้ความบันเทิง	ความเหมาะสมของเนื้อหา (ไม่รุนแรง ไม่หยาบคาย ไม่ลามก) ค่านิยมที่แฝงอยู่

	ปกิณกะ	ให้ความบันเทิง	ความเหมาะสมของเนื้อหา (ไม่รุนแรง ไม่หยาบคาย ไม่ลามก) ค่านิยมที่แฝงอยู่
	สารคดี	ให้สาระ ความรู้ มุมมองความคิด	ความถูกต้องของข้อมูล จริยธรรมในการนำเสนอ
	สารคดี	ให้สาระ ความรู้ มุมมองความคิด	ความถูกต้องของข้อมูล อาจมีภาพความรุนแรงหรือไม่เหมาะสมสอดแทรกมาด้วย
	โฆษณา	กระตุ้นจูงใจให้สนใจ รู้จัก และเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ	ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และหากเป็นสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ อาจโฆษณานานเกินไป และอาจมีการโอ้อวดเกินจริง

	โฆษณาแฝง	กระตุ้นจูงใจให้สนใจ รู้จัก และเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ	เป็นการแฝงสินค้าไว้ในเนื้อหารายการแนบเนียนจนผู้บริโภคอาจถูกใจโดยไม่รู้ตัว
	โฆษณา	กระตุ้นจูงใจให้สนใจ รู้จัก และเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ	ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และหากเป็นสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ อาจโฆษณานานเกินไป และอาจมีการโอ้อวดเกินจริง



บทสรุป

กิจกรรมที่ 1 ใบกิจกรรมที่ 1 ทีมพี่เลี้ยง เมื่อเฉลยคำตอบแล้ว เน้นย้ำว่าสื่อใดอยู่ในกลุ่มใด รวมถึงสื่อที่ไม่ได้ปรากฏในคลิป จากนั้นสามารถชวนสนทนาถึงสื่อที่ผู้สูงวัยใช้อยู่ในปัจจุบันและความแตกต่างของแต่ละสื่อ

ใบกิจกรรมที่ 2 ทีมพี่เลี้ยงประจำกลุ่มเมื่อเฉลยคำตอบประเภทเนื้อหา และเป้าหมายในการนำเสนอแล้ว ให้เพิ่มเติมชวนผู้อบรมคุยถึงสิ่งที่ต้องหยุดคิดเมื่อรับเนื้อหาเหล่านั้น เป็นการช่วยย้อนการตั้งคำถาม 5 เอ๊ะ

กิจกรรมที่ 2 ทีมพี่เลี้ยงเมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรม สามารถให้คำอธิบายเพิ่มเติมถึงประโยชน์ของการตั้งค่าบัญชีโซเชียลมีเดียที่มีต่อผู้สูงวัย ว่าช่วยป้องกันตนเองจากกลุ่มผู้ไม่หวังดี หรือมิจฉาชีพ

บทที่ 3
กฎหมายสื่อน่ารู้

เป้าหมายของบท

- ระบุและจำแนกได้ว่าเนื้อหาสื่อ / การกระทำในลักษณะใดที่เข้าข่ายผิดกฎหมาย
- ตระหนักถึงสิทธิความเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- ประยุกต์เอาความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ ปลอดภัย
- ปกป้องตนเองจากอันตรายจากการใช้สื่อได้ รวมถึงไม่ทำผิดกฎหมายโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์

3 กฎหมายสื่อน่ารู้

ผู้สูงวัย

ในบทบาทของผู้ใช้สื่อที่สามารถตอบสนองและมีปฏิสัมพันธ์ต่อสื่อที่เปิดรับอีกทั้งยังสามารถเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาในสื่อออนไลน์หลากหลายช่องทางได้ด้วยตนเอง การเป็นผู้ใช้สื่ออย่างรู้เท่าทันสามารถสื่อสารได้อย่างปลอดภัย สร้างสรรค์และไม่ก่อให้เกิดอันตรายทั้งต่อตนเองและผู้อื่นที่อยู่ในนิเวศสื่อเดียวกันทั้งโดยเจตนาและไม่เจตนา

ความรู้หนึ่งที่มีความสำคัญและจำเป็น คือ กฎหมายสื่อ ในบทเรียนนี้จะนำเสนอกฎหมายพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการรับและการใช้สื่อของบุคคลในชีวิตประจำวัน โดยจะสรุปเนื้อหาที่เกี่ยวข้องมานำเสนอตามลำดับ ประกอบด้วย

13 สาระสำคัญ พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับ 2) พ.ศ. 2560

สื่อออนไลน์ได้รับความนิยมและกลายเป็นช่องทางสำคัญในการรับข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ของคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้า ความบันเทิง การทำงาน การศึกษาหาความรู้ ฯลฯ นอกจากนี้ ลักษณะของสื่อออนไลน์เอื้อให้ผู้ใช้เป็นทั้งผู้รับสื่อและผู้ผลิตเนื้อหาสื่อได้ด้วยตนเอง เมื่อพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์มีความแพร่หลาย

แต่ผู้ใช้อาจขาดความรับผิดชอบและรู้เท่าทัน จึงส่งผลกระทบต่อบุคคลและสังคมอันนำมาซึ่งกฎหมายต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองและป้องกันความเสียหายแก่ประชาชน พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 จึงเกิดขึ้นเพื่อการกำหนดฐานความผิด และบทลงโทษ โดยครอบคลุมการถึงกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในลักษณะต่าง ๆ

13 ข้อที่ควรรู้

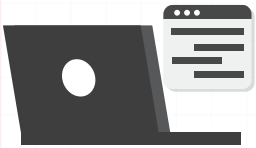
เรื่อง พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ 60 ฉบับใหม่บังคับใช้แล้ว

การฝากร้าน

ในเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม (Instagram) ถือเป็นสแปม (Spam)

กดไลก์

ได้ไม่ผิด ยกเว้นการกดไลก์เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถาบัน เสี่ยงเข้าข่ายความผิดมาตรา 112



ข้อมูลผู้เสียชีวิต

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เสียชีวิต ต้องไม่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือถูกดูหมิ่นเกลียดชัง

ละเมิดลิขสิทธิ์

ไม่ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ผู้ใด ไม่ว่าข้อความ เพลง รูปภาพ หรือวิดีโอ

ส่ง ข้อความ (SMS) โฆษณา

โดยไม่รับความยินยอมให้ผู้รับสามารถปฏิเสธข้อมูลนั้นได้ ไม่เช่นนั้นถือเป็นสแปม

กดแชร์

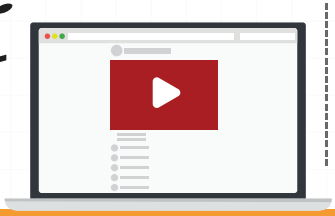
ถือเป็นการเผยแพร่ หากข้อมูลที่แชร์มีผลกระทบต่อผู้อื่น

แอดมินเพจ

เมื่อพบข้อความที่ผิด พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ เมื่อลบออกจากพื้นที่ที่ตนดูแลแล้วจะถือเป็นผู้พ้นผิด

ไม่โพสต์ (Post) สิ่งลามกอนาจาร

สิ่งลามกอนาจารที่ทำให้เกิดการเผยแพร่สู่ประชาชนได้



ส่งอีเมล (E-mai)

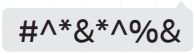
ขายของถือเป็นสแปม

พบข้อมูลผิดกฎหมาย

อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ของเรา แต่ไม่ใช่สิ่งที่เจ้าของคอมพิวเตอร์กระทำเอง แจ้งไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบได้

เกี่ยวกับเด็ก

การโพสต์เกี่ยวกับเด็ก เยาวชน ต้องปิดบังใบหน้า ยกเว้นเมื่อเป็นการเชิดชู ชื่นชม อย่างให้เกียรติ



โพสต์ด่าว่าผู้อื่น

การโพสต์ด่าว่าผู้อื่น ไม่มีข้อมูลจริง หรือถูกตัดต่อ ผู้ถูกกล่าวหาเอาผิดผู้โพสต์ได้

ส่ง-แชร์

ส่งรูปภาพแชร์ของผู้อื่น เช่น สวัสดีอวยพรไม่ผิด ถ้าไม่เอาภาพไปใช้ในเชิงพาณิชย์หารายได้

การกระทำที่เอาเปรียบผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)เรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

01 การออกอากาศรายการหรือโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาอาหารเสริมอวดอ้างสรรพคุณว่ากินแล้วรักษาโรคได้ การโฆษณายาว่ากินแล้วรักษาโรคมะเร็ง เบาหวาน ความดันได้อย่างหายขาด รายการแนะนำสินค้าอวดอ้างสรรพคุณยาสมุนไพร ช่วยดีท็อกซ์เลือดสะอาดขึ้น อวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายดีขึ้น

การโฆษณาเครื่องสำอางครีมทาหน้าช่วยแก้ไขฝ้า กระ จุดด่างดำ หน้าขาวใส ฯลฯ แบบนี้ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคสื่อและมีความผิดตามกฎหมายภายใต้การกำกับดูแลของ คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ด้วย

02 การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้าโดยหลอกลวง หรือกระทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับบริการหรือสินค้านั้น หรือโดยการใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง อย่างที่เคยมีการโฆษณากระทะทำอาหารที่ไม่ติดกระทะเพราะใช้วิธีเคลือบ 8 ชั้น ซึ่งต่อมามีการตรวจสอบพบว่าไม่เป็นไปตามที่โฆษณา

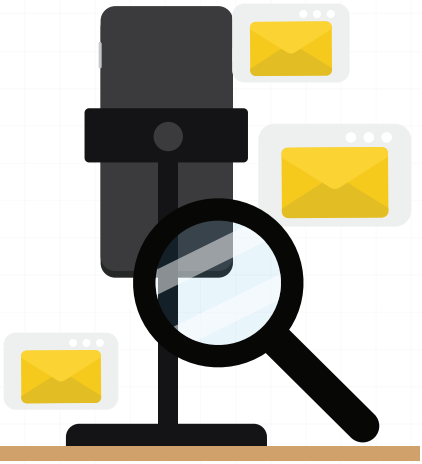
03 การเชิญชวนหรือจูงใจให้ใช้สินค้าหรือบริการที่ผิดกฎหมาย หรือหลอกลวงโดยอาศัยความเชื่ออย่างงมงายหรือความศรัทธาของบุคคล ซึ่งไม่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยหลักเหตุผล มีการนำเสนอข้อความหรือโฆษณาเครื่องรางของขลังผิดกฎหมาย อวดอ้างว่าใส่แล้วถูกหวย เสริมความมั่นคง เงินทองไหลมาเทมา ได้เลื่อนตำแหน่ง การงานเจริญก้าวหน้า คนรักคนหลง

04 การออกอากาศรายการโดยมีการโฆษณาบริการหรือสินค้าเกินกว่าระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดหรือบ่อยครั้งที่เป็นผลให้ผู้บริโภครับชมรายการอย่างไม่ต่อเนื่อง ในสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ที่เป็นประเภทธุรกิจ เช่น ช่อง 33 ช่องวัน 31 เอชดี ช่องไทยรัฐ 32 (ช่องฟรีทีวี) หรือสถานีวิทยุกรีนเวฟ สถานีวิทยุคลื่นเด็ดลูกทุ่งไทย สามารถโฆษณาได้ชั่วโมงละไม่เกิน 12 นาทีครึ่ง เฉลี่ยทั้งวันไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที

ดิจิทัลทีวี/วิทยุธุรกิจ
ไม่เกิน 12.30 นาที/ชม.
เฉลี่ยทั้งวัน 10 นาที/ชม.

โทรทัศน์ดาวเทียม/เคเบิลทีวี
ไม่เกิน 6 นาที/ชม.
เฉลี่ยทั้งวัน 5 นาที/ชม.

05 รายการในลักษณะที่จัดให้มีข้อความหรือข้อมูลมีขนาดพื้นที่เกินหนึ่งในแปดของพื้นที่หน้าจอโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็น ข้อความแฝงการโฆษณา โลโก้ผลิตภัณฑ์ เชิญชวนส่ง SMS ข้อความจากทางบ้านหรือข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับรายการ

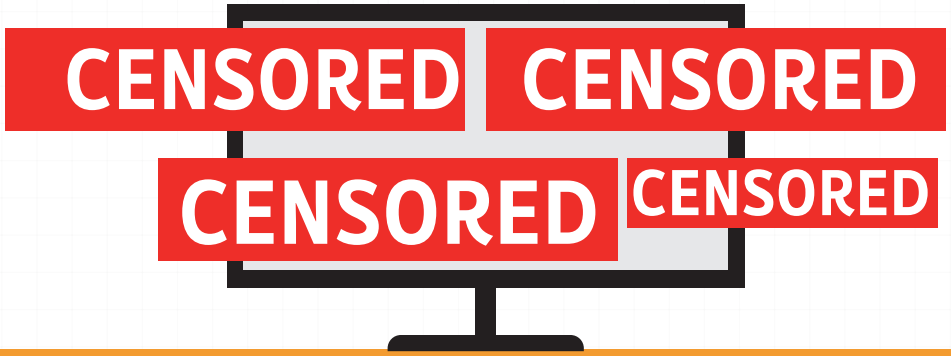


เนื้อหารายการที่ห้ามออกอากาศ
ตาม พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 มาตรา 37

- เนื้อหารายการที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ที่เป็นการดูหมิ่นประมาทหรือแสดงความอาฆาตมาดร้ายจะกระทำมิได้ ซึ่งในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ยังไม่พบการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะดังกล่าว

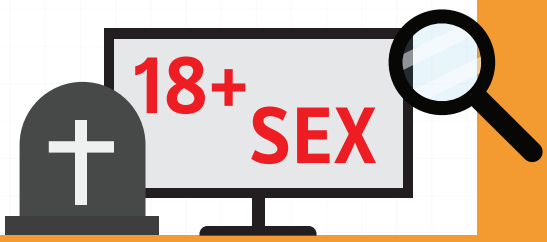
- เนื้อหารายการที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ นำเสนอเนื้อหารายการที่เป็นการชี้นำทางความคิด ไม่เป็นกลางทางการเมือง มีการวิพากษ์วิจารณ์การร่างรัฐธรรมนูญโดยปราศจากข้อเท็จจริง มีการพูดยั่วยุปลุกปั่นให้คนในสังคมเกิดความแตกแยก และมีการกล่าวพาดพิงถึงองค์กรระดับประเทศต่าง ๆ ด้วยถ้อยคำที่ไม่สุภาพ หยาบคาย ซึ่งมีลักษณะยุยงให้ผู้รับชมเกิดความรู้สึกด้านลบต่อองค์กร

- เนื้อหารายการที่กระทบความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เป็นการถ่ายทอดสดเหตุการณ์กราดยิงและมีภาพประชาชนเสียชีวิต โดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่และประชาชน การใช้คำพูดที่หยาบคาย หรือการนำเทปบันทึกภาพที่มีการใช้ถ้อยคำที่หยาบคาย รุนแรง มีการกล่าวถึงบุคคลที่สามด้วยถ้อยคำที่หยาบคาย การเชิญแขกรับเชิญที่มีความขัดแย้งกันมาร่วมรายการซึ่งแขกรับเชิญมีการใช้คำหยาบ



-เนื้อหารายการที่มีผลกระทบต่อการทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง เป็นลักษณะการนำเสนอข่าวความรุนแรง เห็นภาพเด็กถูกฆ่าที่ศูนย์เด็กเล็กที่ทำให้พ่อแม่ญาติพี่น้องของเด็กที่เสียชีวิตเกิดความหดหู่กระทบจิตใจ การนำเสนอข่าวลูกฆ่าหั่นศพแม่โดยมีการอธิบายถึงขั้นตอนการฆ่า การซ่อนเร้นศพโดยใช้ภาพกราฟิก แต่ก็ไม่ได้ทำให้ภาพข่าวนั้นลดความรุนแรงลงได้เลย หรือการนำเสนอข่าวลุงฟาดแมวลงกับพื้น แม้จะมีการเบลอภาพหรือเซ็นเซอร์ภาพแล้วแต่ก็ยังแสดงให้เห็นถึงความทารุณโหดร้ายที่มีต่อสัตว์

- เนื้อหารายการเข้าข่ายลามกอนาจาร เป็นการนำเสนอในลักษณะส่อไปในเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมสำหรับสังคมไทย การนำเสนอข่าวคดีฆ่าหั่นศพแต่ไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของผู้ต้องหากับผู้ชายและมีการเปิดคลิปเสียงคล้ายการมีเพศสัมพันธ์ของผู้ต้องหา และผู้ดำเนินรายการมีเจตนาเน้นย้ำให้เปิดคลิปเสียงวนซ้ำหลายรอบ หรือรายการแสดงความสามารถพิเศษโดยการเปลือยหน้าอกใช้สีราดตัวแล้วใช้หน้าอกวาดภาพ แม้จะมีการเซ็นเซอร์แต่ก็แสดงถึงความไม่เหมาะสมและออกอากาศในช่วงเวลาที่มีผู้รับชมจำนวนมากอาจเป็นตัวอย่างให้เด็กลอกเลียนแบบ



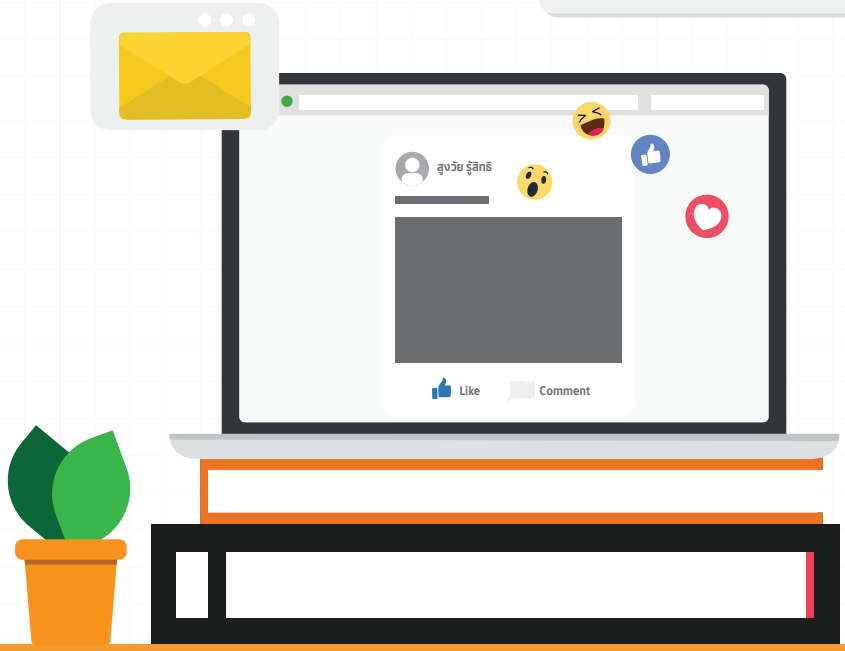
สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ปัจจุบันช่องทางการสื่อสารมีหลากหลายขึ้นและกิจกรรมการสื่อสารจำนวนมากมีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ เช่น ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ วันเกิด อีเมล อาชีพ รายได้ รูปถ่ายใบหน้า ข้อมูลธนาคารและการเงิน ข้อมูลทางสุขภาพ ส่วนหนึ่งของการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากขึ้น แต่หากเกิดการรั่วไหลของข้อมูลอาจนำมาซึ่งปัญหาการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลและนำมาซึ่งความเดือดร้อนรำคาญ หรือสร้างผลกระทบทางลบอื่น ๆ แก่เจ้าของข้อมูล

พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จึงเกิดขึ้นเพื่อให้มี“มาตรฐาน” ในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสมของหน่วยงาน องค์กร หรือผู้ให้บริการต่าง ๆ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะมีผลกระทบไปสู่ผู้ใช้หรือตัวหน่วยงานเอง

ในส่วนของประชาชนทั่วไป ควรทราบถึงสิทธิของตนเองในฐานะเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ก่อนจะให้ข้อมูลสำคัญควรสอบถามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ นอกจากนี้ในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันต่าง ๆ ต้องระมัดระวังและอ่านข้อตกลงความยินยอมให้ถี่ถ้วน เช่น บางแอปพลิเคชันจะเชื่อมต่อระบบสมาชิกเฟซบุ๊ก มีการขอเข้าถึงรายชื่อเพื่อนในเฟซบุ๊กของเรา หรือบางแอปพลิเคชันจะขอความยินยอมให้แบ่งปันข้อมูลกับบริษัทอื่นๆ

หากเราไม่ต้องการให้เข้าถึงหรือไม่ยินยอม ผู้ใช้สามารถคลิกเพื่อไม่ยินยอม ดังนั้นตัวเจ้าของข้อมูลต้องทำหน้าที่“คุ้มครองข้อมูลของตนเอง” ด้วย ไม่ด่วนยินยอมหรือให้ข้อมูล โดยที่ยังไม่ได้ศึกษารายละเอียดของขอบเขตการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล



สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

1 สิทธิขอเข้าถึงและขอรับสำเนาข้อมูลส่วนบุคคล

2 สิทธิขอรับและโอนข้อมูลส่วนบุคคล

3 สิทธิขอให้ลบ หรือทำลาย หรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลได้

4 สิทธิขอให้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นถูกต้อง เป็นปัจจุบัน สมบูรณ์และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

5 สิทธิขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล

6 สิทธิคัดค้านการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล คืออะไร?

คือข้อมูลที่ทำให้สามารถระบุตัวตนของบุคคลได้ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

ตัวอย่างข้อมูลส่วนบุคคล

- ชื่อ นามสกุล ชื่อเล่น
- เลขบัตรประจำตัวต่างๆ เลขบัตรธุรกรรมทางการเงิน
- ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์
- ภาพสำเนาเอกสารราชการต่างๆ
- วันเกิด สถานที่เกิด เชื้อชาติ สัญชาติ
- ข้อมูลทรัพย์สินส่วนบุคคล

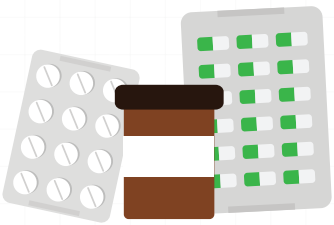
ตัวอย่างข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว

- ลายนิ้วมือ ข้อมูลใบหน้า
- ศาสนา
- ข้อมูลทางสุขภาพ ข้อมูลทางพันธุกรรม
- พฤติกรรมทางเพศ
- ความคิดเห็นทางการเมือง
- ประวัติอาชญากรรม

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาทิ พ.ร.บ. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 พ.ร.บ. ยา พ.ศ.2510 และ พ.ร.บ.อาหาร พ.ศ.2522

อาหารและยาเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่ประชาชนมีความจำเป็นต้องใช้ เพื่อบรรเทารักษาความเจ็บป่วย การรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาอาหารและยาจะช่วยเป็นแนวทางในการเลือกใช้อาหารและยาที่ถูกกฎหมาย มีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัย ไม่หลงเชื่อการใช้ข้อมูลเท็จที่แสดงผลการรักษาโรค และอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง นอกจากนี้ ปัจจุบันประชาชนยังให้ความสนใจกับการใช้สมุนไพรเป็นทางเลือกในการบำรุงร่างกาย และสมุนไพรบางชนิดได้รับการเผยแพร่สรรพคุณในการบรรเทาอาการเจ็บป่วยทางร่างกายและเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ทั้งนี้การใช้ให้เกิดประโยชน์ควรอยู่ภายใต้การเปิดรับข้อมูลที่ถูกต้อง และใช้ในปริมาณที่เหมาะสม รวมถึงผู้ที่มีอาการป่วยควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ร่วมกับยารักษาโรคอื่น

ผู้ขายและโฆษณาเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าที่อาจปกปิดข้อมูลที่สำคัญ และยกสรรพคุณการรักษาโรคและบำรุงร่างกายมาโฆษณาจนเกินจริง เพื่อให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและตัดสินใจซื้อมาบริโภค การรู้กฎหมายเป็นความรู้ที่เป็นเหมือนเกราะปกป้องตนเองและคนรอบข้างไม่ให้หลงเชื่อและได้รับอันตรายจากการใช้ยา สมุนไพร และอาหารที่ผิดกฎหมาย และล่อลวงให้เชื่อในสรรพคุณหรือคุณสมบัติที่ไม่มีอยู่จริง ซึ่งกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องและน่ารู้คือ พ.ร.บ.ยา พ.ร.บ.สมุนไพร และ พ.ร.บ.อาหาร ที่มีผู้รักษาการตาม พ.ร.บ.นี้คือ กระทรวงสาธารณสุข



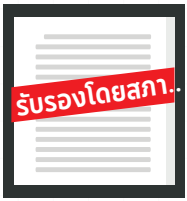
พ.ร.บ. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562

มาตรา 74 ห้ามผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในลักษณะ

1 โอ้อวดสรรพคุณหรือวัตถุอันเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สมุนไพรว่าสามารถบำบัดรักษา บรรเทา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือตามความเชื่อส่วนบุคคล หรือสามารถรักษาโรคให้หายขาดได้ หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

2 แสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จ เกินความจริง หรือทำให้เข้าใจผิดในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้น

3 ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นส่วนประกอบซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือมีแต่มีไม่เท่าที่ทำให้เข้าใจตามที่โฆษณา



4 เป็นการรับรอง หรือยกย่องสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยบุคคล คณะบุคคลหรือสถาบันใด ๆ

5 กระทำโดยฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประกาศกำหนด

พ.ร.บ. ยา
พ.ศ.2510

มาตรา 88 การโฆษณายาจะต้อง

1. ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณหรือวัตถุอันเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน
2. ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
3. ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยาหรือส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้น
4. ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง
5. ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกาม หรือยาคุมกำเนิด
6. ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ
7. ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณโดยบุคคลอื่น
8. ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรคที่ รมต. ประกาศ

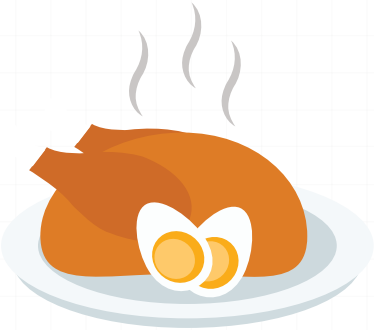
มาตรา 89

ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำ ทำเพลง หรือแสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

มาตรา 90

ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพก หรือออกสลากรางวัล

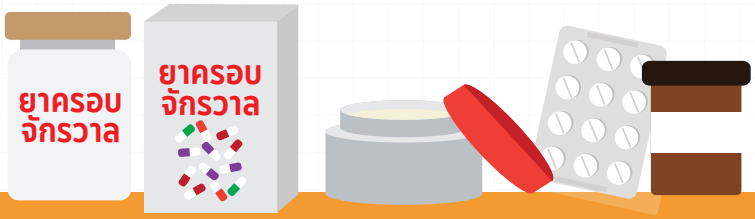
พ.ร.บ. อาหาร
พ.ศ.2522



มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร อันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

ข้อห้าม!!!

- โอ้อวดสรรพคุณว่าทำให้บำบัด บรรเทา รักษา ป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด
- แสดงสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพ อันเป็นเท็จหรือเกินจริง
- ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุที่เป็นตัวยา/สมุนไพร หรือส่วนประกอบของยา/สมุนไพร ซึ่งความไม่มีส่วนประกอบนั้นผลิตภัณฑ์ หรือมีแต่ไม่เท่ากับที่ทำให้เข้าใจ



มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

1. วิทยากรเปิดคลิปวิดีโอและสปอตวิทยุสรุปเนื้อหากฎหมาย หัวข้อ “รู้กฎหมาย รู้ทันสื่อ”
2. วิทยากรบรรยายสรุปกฎหมายสื่อน่ารู้ เปิดสไลด์สรุปประกอบการบรรยาย
3. กิจกรรมที่ 1 การเล่นเกมตอบคำถาม “ทำแบบนี้ ถูกหรือผิด” โดยทีมพี่เลี้ยง
4. วิทยากรสรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องในคำถามแต่ละข้อ

กิจกรรมที่ 1 การเล่นเกมตอบคำถาม “ทำแบบนี้ ถูกหรือผิด”ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1. ทีมพี่เลี้ยงแจกแผ่นป้าย ถูก (√) ผิด (X) ให้กับผู้เข้าร่วมอบรมทุกคน หากไม่พอตามจำนวนคน แจกแผ่นป้าย 1 ชุดต่อผู้เข้าร่วมอบรม 2 คน
2. ทีมพี่เลี้ยงอธิบายการเล่นเกม

คำอธิบายการเล่มเกม

1	วิทยากร ถามคำถาม 2 รอบ โดยคำถามเป็นเหตุการณ์ตัวอย่าง
2	ให้เวลาผู้เข้าอบรมคิดวิเคราะห์ตามหลักการกฎหมายว่าการกระทำของบุคคลในเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นการกระทำที่ถูกหรือผิดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อ

3	วิทยากรส่งสัญญาณให้ผู้เข้าร่วมการอบรมชูป้ายที่เลือก และให้ผู้เข้าอบรม จำนวน 2 – 3 คน เป็นอาสาสมัครตอบคำถามและอธิบายเหตุผลประกอบคำตอบ
4	วิทยากรเฉลยคำตอบ เปิดสไลด์คำตอบพร้อมทั้งอธิบายเนื้อหาตามตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
5	ทีมพี่เลี้ยงติดสติกเกอร์สะสมคะแนนให้กับผู้เข้าร่วมการอบรมที่ตอบถูก

ระยะเวลาที่ใช้ 60 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

1. สไลด์อินโฟกราฟิก สรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง แผ่นป้าย √ X แจกตามจำนวนผู้เข้าร่วมอบรม
2. สไลด์สรุปเนื้อหาคำตอบ สติกเกอร์สะสมแต้มคะแนนในการเล่นเกมสำหรับผู้เข้าร่วมอบรมที่ตอบคำถามถูก
3. ของรางวัลสำหรับผู้ได้คะแนนผ่านเกณฑ์

การวัดผล

ผู้เข้าอบรมตอบคำถามถูกร้อยละ 80 ขึ้นไปของข้อคำถามทั้งหมด

คำถามข้อที่ 1

ป้าส้มโอ เปิดร้านขายน้ำพริกแคบหมู ชื่อร้านน้ำพริกป้าส้มโอ ลูกสาวป้าส้มโออยากขยายตลาดไปขายทางออนไลน์ จึงทำเพจร้านน้ำพริกขึ้นมาในเฟซบุ๊กแล้วนำลิงก์ไปแปะในคอมเมนต์ในโพสต์ของเฟซบุ๊กดารา ศิลปิน เน็ตไอดอล อินฟลูเอนเซอร์ และคนรู้จักที่มียอดคนติดตามมาก เพราะอยากให้คนรู้จักร้านและเข้ามาซื้อของเพิ่มขึ้น การกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 1

ผิดตามกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 ฝากร้านออนไลน์โดยที่เจ้าของบัญชีผู้ใช้ไม่ยินยอมมีความผิดทางกฎหมายถือเป็นสแปม (การส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่บุคคลอื่นอันมีลักษณะเป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับถือเป็นสแปม) ผู้ฝ่าฝืนมีโทษปรับไม่เกิน 200,000 บาท ต่อครั้ง

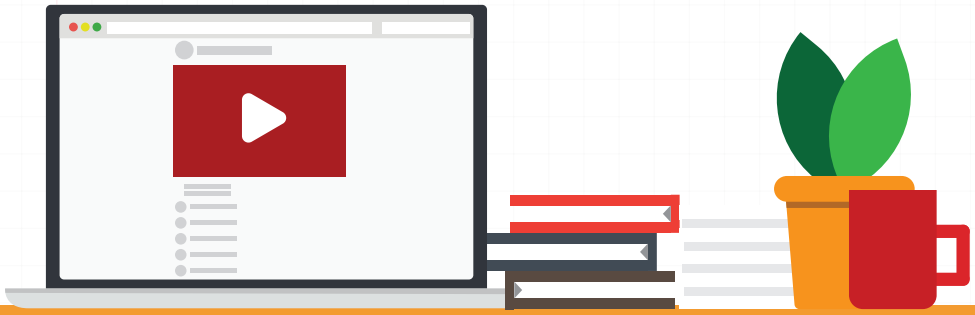
“ผู้ใดส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แก่บุคคลอื่นอันมีลักษณะเป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสามารถบอกเลิกหรือแจ้งความประสงค์เพื่อปฏิเสธการตอบรับได้โดยง่าย ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท”

คำถามข้อที่ 2

ลุงแมวเป็นคนดูแล (แอดมิน) เพจ “บ้านเฮาชาวเจียงฮาย” ในเฟซบุ๊กในเพจมีสมาชิกรายหนึ่งโพสต์เล่าเรื่องดารานอกใจแฟน ระบุชื่อและลงภาพดาราและคนในข่าวที่เกี่ยวข้องประกอบการเล่าเรื่องด้วย ลุงแมวมาเห็นโพสต์นั้นหลังจากที่โพสต์ไปแล้ว 3 วัน ลุงแมวเห็นว่าข่าวไม่เกี่ยวข้องกับเพจ และเป็นเรื่องส่วนตัวของดารา จึงลบโพสต์นั้นไป การกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 2

ถูกตามกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 สำหรับแอดมินเพจที่เปิดให้มีการแสดงความเห็น เมื่อพบข้อความที่ผิด พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 เมื่อลบออกจากพื้นที่ที่ตนดูแลแล้ว จะถือเป็นผู้พ้นผิด และข้อความนั้นผิดกฎหมายอาญา ฐานหมิ่นประมาท

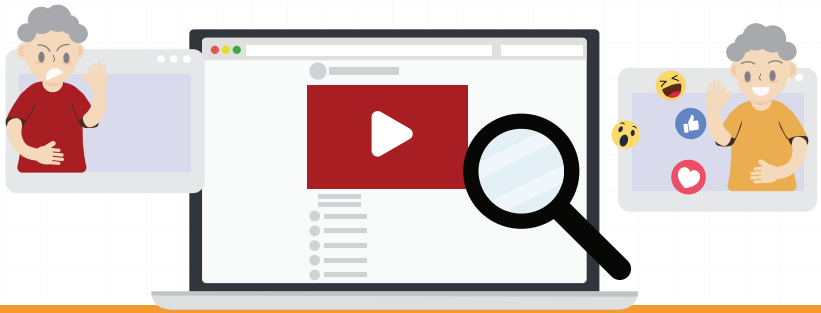


คำถามข้อที่ 3

จากกรณีข่าวเยาวชนอายุ 14 ปี ใช้อาวุธปืนยิงผู้อื่นจนถึงแก่ชีวิตที่ห้างสรรพสินค้าพารากอน กรุงเทพมหานคร เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ.2566ที่ผ่านมา มีคลิปวิดีโอตอนตำรวจเข้าจับกุมตัวผู้ก่อเหตุเผยแพร่ในโซเชียลมีเดียโดยเปิดเผยหน้าของเยาวชนผู้ก่อเหตุ คนแชร์ให้เหตุผลว่าอยากให้ผู้ก่อเหตุถูกประจาน และให้สังคมช่วยกันประณามการก่อเหตุร้ายนี้ รวมถึงเป็นการแชร์ข้อมูลให้ประชาชนใช้ในการระวังตนเองจากอันตราย การกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 3

ผิดตามกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 การโพสต์เกี่ยวกับเด็กเยาวชน ต้องปิดบังใบหน้ายกเว้นเมื่อเป็นการเชิดชูชื่นชมอย่างให้เกียรติและผิด พ.ร.บ.คุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 ที่มิให้ผู้ใดโฆษณาหรือเผยแพร่ทางสื่อมวลชนหรือสื่อสารสนเทศอื่น ๆ ที่เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเด็ก โดยมีเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่เด็ก



คำถามข้อที่ 4

ป้าแตงโม ได้รับภาพภูเขามีต้นไม้สีเขียวสวยงามจากเพื่อนคนหนึ่งในเฟซบุ๊ก เห็นว่าสวยดี เขียวเย็นสดชื่น จึงแชร์ส่งต่อให้ป้าเขียวหวาน และเติมข้อความเข้าไปว่า สวัสดีวันพุธ การกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 4

ถูกตามกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์พ.ศ.2560 ส่งรูปภาพแชร์ของ ผู้อื่น เช่น สวัสดี อวยพร ไม่ผิด ถ้าไม่เอาภาพไปใช้ในเชิงพาณิชย์หารายได้ ภาพดอกไม้หรือภาพถ่ายศิลปะที่ถูกตัดต่อและส่งเป็นข้อความสวัสดีหรือคำอวยพรต่าง ๆ นั้นไม่ถือว่าเข้าข่ายความผิด พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ ตามมาตรา 16 ที่ระบุว่า ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่นและภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ หรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชังหรือได้รับความอับอายเนื่องจากเป็นภาพศิลปะภาพนั้นต้องเป็นภาพตัดต่อบุคคลเท่านั้นจึงจะมีความผิดตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์

คำถามข้อที่ 5

โฆษณายาสีฟันสมุนไพรยี่ห้อการะเกด ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุลูกทุ่งเอฟเอ็ม โฆษณาสรรพคุณว่าเมื่อใช้แปรงฟันต่อเนื่องทุกวันจะป้องกันฟันผุ เหงือกอักเสบ ได้ 100% ในโฆษณาอ้างผลการทดลองว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทดลองใช้ยาสีฟัน ว่าเห็นผล 100% กับกลุ่มตัวอย่าง 10 คนที่ทดลองใช้เป็นเวลา 3 เดือนการกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูกตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 5

ผิดกฎหมายตามประกาศ กสทช. เรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2555 ข้อ 5 (1) และ (2) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย และมีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้า โดยหลอกลวงหรือกระทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ เกี่ยวกับบริการหรือสินค้านั้น หรือโดยการใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงและพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 มาตรา 74 (2) แสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จ เกินความจริง หรือทำให้เข้าใจผิดในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้น

คำถามข้อที่ 6

รายการขายสินค้าทางช่องรายการโทรทัศน์ดาวเทียมนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารเสริมโดยขึ้นคำโปรยในรายการว่า “ต้านการลุกลามมะเร็ง กระตุ้นวงจรภูมิคุ้มกันอย่างไร้ขีดจำกัด” แนะนำให้ผู้ชมที่สนใจสามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางรายการ หากสนใจข้อมูลเพิ่มเติมให้เข้าไปอ่านรายละเอียดต่อในเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ โดยในเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ให้รายละเอียดว่าเป็นผลการศึกษาจากในห้องแล็บเท่านั้น การกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 6

ผิดกฎหมายตามประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ข้อ 5 (1) และ (2) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายและมีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการจูงใจ ให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้า โดยหลอกลวงหรือกระทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับบริการหรือสินค้านั้น หรือโดยการใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริง และ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

คำถามข้อที่ 7

รายการเล่าข่าวทางโทรทัศน์ นำเสนอภาพสถานที่ก่อเหตุสามีทำร้ายภรรยาจนเสียชีวิตในบ้านพัก โดยนำเสนอภาพสถานที่เกิดเหตุที่มีร่องรอยการต่อสู้และคราบเลือด โดยทำภาพกราฟิกจำลองสถานการณ์ที่ทำให้ผู้ชมเห็นภาพ และสัมภาษณ์ลูกอายุ 10 ขวบ ของผู้ก่อเหตุโดยไม่ปิดบังใบหน้า การกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 7

ผิดกฎหมายตาม พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 มาตรา 37 ห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีกระทบต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และกระทบต่อความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง เพราะมีภาพคราบเลือดทำให้เกิดความสยดสยอง ไม่เกิดประโยชน์ต่อผู้ชม และการเปิดเผยใบหน้าเด็กมีความผิดตาม พ.ร.บ. คุ้มครองเด็กด้วย

คำถามข้อที่ 8

ป้าปลาไปเที่ยวชะอำและเข้าพักโรงแรมแห่งหนึ่ง ระหว่างเล่นน้ำในสระว่ายน้ำของโรงแรม มียูทูบเบอร์คนหนึ่งกำลังรีวิวโรงแรมเพราะรับค่าจ้างให้รีวิวโรงแรมลงในช่องยูทูบของตน หลังจากนั้นมีเพื่อนบ้านจำป้าปลาได้ และเอารายการของยูทูบเบอร์คนนั้นมาให้ป้าปลาดูว่าถ่ายติดเห็นป้าปลาตอนกำลังเล่นน้ำด้วย ป้าปลาติดต่อไปให้ยูทูบเบอร์คนนั้นลบภาพตัวเองในคลิปออกเพราะไม่ชอบที่คนทั่วไปที่ดูยูทูบเห็นตัวเองใส่ชุดว่ายน้ำ ป้าปลาทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

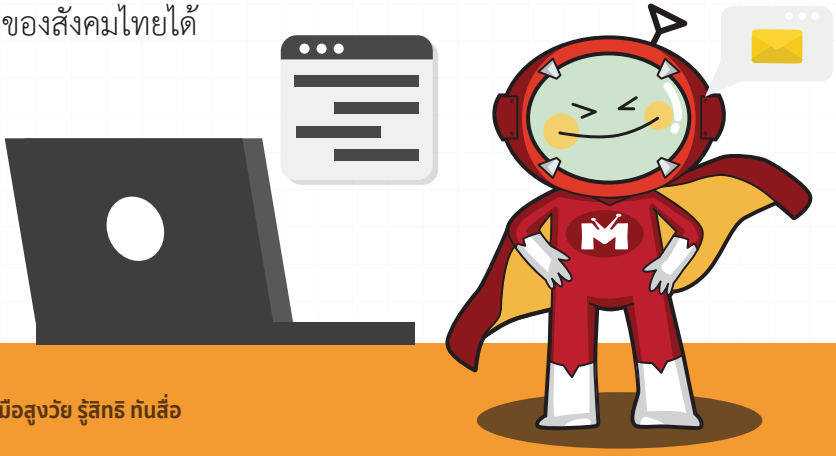
คำตอบข้อที่ 8

ถูกกฎหมายสามารถทำได้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลต้องให้ความยินยอมและมีสิทธิในการขอให้ลบ หรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคล กรณีที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลนำข้อมูลไปเผยแพร่ในที่สาธารณะหรือเข้าถึงได้ง่าย

บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบันก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียต่อประชาชนในฐานะผู้บริโภค การเปิดกว้างในการเข้าถึงและส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างกันจะช่วยเปิดโลกทัศน์และขยายความรู้ของประชาชนให้กว้างขวางขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นช่องทางให้เกิดการเอาเปรียบและล่อลวงให้เกิดอันตรายจากผู้ที่หวังประโยชน์ด้วยเช่นกัน การมีพื้นฐานความรู้ที่เกี่ยวข้องในการปกป้องสิทธิในฐานะประชาชนที่เป็นทั้งผู้สื่อสารและผู้รับสารดังเช่น พ.ร.บ. ว่าด้วยกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

กฎหมายเรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เนื้อหารายการที่ห้ามออกอากาศตาม พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และ พ.ร.บ.ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พรบ.ยา และพรบ.อาหาร จะเป็นเหมือนภูมิคุ้มกันในประชาชนผู้ใช้สื่อเปิดรับสื่อและสื่อสารอย่างรู้เท่าทัน ใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ส่งต่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ป้องกันและช่วยกำจัดเนื้อหาที่เป็นอันตราย ไม่ละเมิดและทำร้ายผู้อื่น อันจะช่วยลดทอนผลกระทบทางลบ และช่วยเพิ่มบรรยากาศของการสื่อสารทางบวกให้เกิดขึ้นในนิเวศสื่อของสังคมไทยได้



บทที่ 4
ผลกระทบจากสื่อไม่ปลอดภัย

เป้าหมายของบท

- รู้จักและเข้าใจผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อไม่ปลอดภัย
- ใช้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อในการไตร่ตรองหยุดการกระทำเสี่ยง
- ตระหนักถึงผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นตามมาจากสื่อที่ไม่ปลอดภัยได้
- นึกถึงแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือในการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องได้

ในยุคที่ใคร ๆ ก็สามารถสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ได้ ทุกคนสามารถสร้างเนื้อหาและผลิตสื่อ สื่อสารกันเองได้ทุกที่ทุกเวลา ทั่วทุก มุมโลกผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ (Online Platform) ที่เข้าถึงง่ายทางโทรศัพท์มือถือ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊กเว็บไซต์ ยูทูบ อินสตาแกรม ติ๊กต็อก ฯลฯจึงทำให้มีข้อมูลข่าวสารที่แพร่สะพัดออกไปอย่างง่ายดาย โดยที่อาจแฝงไปด้วยความไม่หวังดี ผู้สูงวัยจึงต้องรู้เท่าทันถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากสื่อที่ไม่ปลอดภัย และสามารถตรวจสอบข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับทั้งจากสื่อสังคมออนไลน์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือบุคคลที่เข้ามาด้วยความประสงค์ร้าย และผู้สูงวัยควรเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ก่อนที่ภัยร้ายจะมาเยือน

จากการสำรวจข้อมูลข่าวสารที่อาจเป็นภัยต่อผู้สูงวัย พบว่ามีข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลกระทบกับผู้สูงวัยอยู่หลายประเด็น แต่เมื่อคัดกรองเนื้อหาที่พบมากและนำไปสู่ความเสียหายอยู่บ่อยครั้ง มีอยู่ 3 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. ข้อมูลข่าวสารที่เป็นการหลอกลวง
2. ข้อมูลข่าวสารปลอม
3. ข้อมูลจากกลุ่มมิจฉาชีพที่ติดต่อเข้ามาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น call center

1. ข้อมูลข่าวสารที่เป็นการหลอกลวง

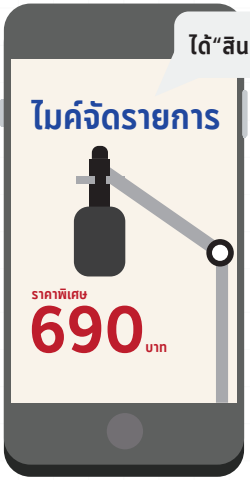
เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ตรงตามความเป็นจริง ส่วนมากมักเกิดขึ้นกับการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยความไม่รู้เท่าทัน ไม่มีการตรวจสอบที่มาอย่างถ้วนถี่ ทำให้เกิดผลกระทบกับชีวิตและทรัพย์สิน แม้ว่าบางครั้งสั่งจำนวนเงินที่ไม่มาก แต่อาจสร้างความเสียหายในมิติอื่น ๆ เช่น สุขภาพกาย สุขภาพจิต และความเชื่อมั่นต่อการซื้อของผ่านระบบดิจิทัล อันได้แก่

1.1 กลุ่มเนื้อหาที่ให้ข้อมูลเกินจริง

สรรพคุณของสินค้าอย่างอาหารหรือยาที่มีการอวดอ้างใส่ข้อมูลที่เกินจากสรรพคุณของสินค้าจริง ซึ่งอาจมีที่มาจากสื่อโฆษณาหรือสื่อบุคคลที่แนะนำสินค้า หากผู้สูงวัยหลงเชื่อ อาจจะส่งผลตั้งแต่เสียทรัพย์สิน เสียสุขภาพ เสียโอกาสในการรักษาและอาจรุนแรงถึงเสียชีวิต

1.2 กลุ่มเนื้อหาที่ไม่ตรงความจริง (ไม่ตรงปก)

ทำให้เกิดความสับสน เสียประโยชน์ หรือได้รับความเสียหาย เช่น การสั่งสินค้าชนิดหนึ่งแต่กลับได้รับสินค้าที่ไม่ตรงกับที่สั่งไว้ เนื่องด้วยจากสถานการณ์โควิด19 ทำให้การซื้อขายสินค้าออนไลน์เฟื่องฟู มีการออกแบบบริการให้สามารถซื้อขายสินค้าผ่านโทรศัพท์มือถือได้ง่ายขึ้น



แต่ผลที่เกิดขึ้นจากความสะดวกสบายทำให้เกิดการหลอกลวงกันมากขึ้นเช่นกัน ทำให้ไม่ได้รับสินค้า หรือส่งสินค้าไม่ตรงกับที่ผู้สูงวัยสั่งไว้ การรับมือกับกลุ่ม"สินค้าไม่ตรงปก"กรณีที่โอนเงินไปแล้ว กลับไม่ได้สินค้าจากผู้ขาย ลักษณะนี้ ถือเป็นการฉ้อโกง ซึ่งเป็นความผิดตามกฎหมาย ในฐานะที่เราเป็นผู้ซื้อควรดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป

การแก้ปัญหาเมื่อพบว่าได้สินค้าไม่ตรงปก

ขอคำปรึกษา แจ้งเรื่องร้องเรียน พร้อมส่งหลักฐานตามข้างต้น ได้ที่

- ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 Online หรือ 1212 ตลอด 24 ชม.
- อีเมล 1212@mdes.go.th หรือ เว็บไซต์ https://1212etda.com
- บัญชีทางการของ LINE @1212etda ข้อมูลข่าวสาร 1212 OCC
- เฟซบุ๊ก : facebook.com/1212ETDA โดยเข้าไปคุยที่กล่องข้อความ

2. ข้อมูลข่าวสารปลอม (Fake News)

การสร้างเนื้อหาสารที่เป็นเท็จ ทำให้ผู้สูงวัยและครอบครัวได้รับความเสียหาย จากข่าวปลอมได้ ปัจจุบันมีการแพร่กระจายในสื่อใหม่หรือสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) เกิดข่าวปลอมหรือข่าวลวง (Fake News) ดังต่อไปนี้

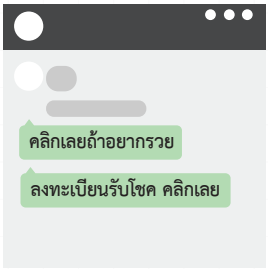
ลักษณะข่าวปลอม 3 กลุ่ม

1) ข้อมูลผิด (Misinformation)

ข้อมูลสารสนเทศที่ปลอมขึ้นมาหรือเป็นเท็จ แต่บุคคลที่เผยแพร่เชื่อว่าเป็นความจริงแม้ข้อมูลจะผิดหรือเท็จแต่คนที่ส่งไม่ได้มีเจตนาร้าย เช่น ข่าวสารสุขภาพที่ไม่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องก่อน

2) ข้อมูลบิดเบือน (Disinformation)

ข้อมูลที่ถูกบิดเบือนโดยบุคคลที่เผยแพร่รู้แก่ใจว่าไม่เป็นความจริง มีเจตนาโกหก และมีกลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มคนที่ถูกหลอกได้ง่าย โดยผู้ไม่ประสงค์ดีแฝงเจตนาไม่ดี ต้องการทำร้ายอีกฝ่ายหนึ่ง สร้างเป็นข้อมูลที่ประกอบสร้างขึ้นมา เป็นข้อมูลที่ดัดแปลงหรือแต่งขึ้นมาใหม่ หรือเป็นข้อมูลที่มีเนื้อหาแอบอ้าง



3) ข้อมูลแฝงเจตนาร้าย (Malinformation)

ข้อมูลมีพื้นฐานความจริงอยู่บ้างแต่ถูกนำไปใช้เพื่อทำร้ายบุคคล องค์กร หรือประเทศ เช่น การเปิดเผยเรื่องส่วนตัวบางอย่างของบุคคลสาธารณะ ข้อมูลอาจจะจริงแต่การนำเสนอไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ

ข่าวปลอมทั้ง 7 ประเภท

ที่อาจทำให้เกิดความเสียหายกับผู้สูงวัย

การเสียดสีหรือล้อเลียน

(Satire or Parody)
: ไม่มีเจตนาร้ายแต่หลอกให้หลงเชื่อ

เนื้อหาที่ทำให้เข้าใจผิด

(Misleading Content): การสร้างเนื้อหาโดยจงใจให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับประเด็นปัญหาหรือบุคคล

เนื้อหาที่แอบอ้าง

(Imposter Content): แหล่งข้อมูลต้นฉบับถูกนำไปใช้แอบอ้าง เช่น ผู้เขียนข่าวขึ้นมาเองและอ้างแหล่งข่าว

เนื้อหาที่สร้างขึ้น

(Fabricated Content): เนื้อหาที่สร้างขึ้นใหม่เป็นเท็จทั้งหมด สร้างขึ้นเพื่อหลอกลวงให้เกิดผลร้าย

การเชื่อมโยงที่มั่ว

(False Connection): พาดหัว ภาพ คำบรรยายใต้ภาพไม่ตรงกับเนื้อหาหรือสองสิ่งไม่เกี่ยวข้องกันแต่นำมากล่าวถึงหรือเชื่อมโยงในข่าวเดียวกัน

บริบทที่เป็นเท็จ

(False Context): เนื้อหาต้นฉบับถูกนำไปใช้ร่วมกับข้อมูลในบริบทอื่น เช่น การนำรูป ข้อความ คำพูด มาใช้พูดอีกเรื่องหนึ่ง

เนื้อหาที่ถูกดัดแปลง

(Manipulated Content): ข้อมูลภาพต้นฉบับถูกดัดแปลงเพื่อหลอกลวง เช่น การตัดต่อภาพ เสียง สร้างเนื้อหาเรื่องราว

การโต้กลับ/รับมือ/ปัญหาข่าวปลอม
“Fake News”

การค้นหาข้อสรุปที่ตัดสินว่าข้อความที่กล่าวนั้นถูกต้องหรือไม่

การแก้ไขข้อความโดยประเมินจากหลักฐานที่ปรากฏบนพื้นฐานความเป็นจริง องค์กรตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เชื่อถือได้

การสำรวจเอกสารทางกฎหมาย ช่องทางเผยแพร่ข่าวสาร และสื่อสังคม

การหาหลักฐานที่ดีที่สุดสำหรับข้อความที่ตรวจสอบ โดยตรวจสอบย้อนหลังข้อความที่สำคัญต่อส่วนรวมและอาศัยข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

(นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ)

8 แนวทาง การตรวจสอบข่าวปลอม

1 พิจารณาแหล่งที่มา

พิจารณาข้อมูลส่วนอื่นในเว็บไซต์
เพื่อสืบหาแหล่งที่มาและข้อมูลการติดต่อ

2 อ่านให้กว้างขึ้น

หัวข้อข่าวนั้นอาจจะเขียนออกมาดูน่าตื่นเต้นมาก
เพื่อดึงดูดความสนใจ เท่านั้น จึงควรอ่าน
เรื่องราวทั้งหมดเป็นอย่างไร?

3 พิจารณาแหล่งที่มา

พิจารณาข้อมูลส่วนอื่นในเว็บไซต์
เพื่อสืบหาแหล่งที่มาและข้อมูลติดต่อ

4 มีแหล่งอ้างอิงอื่น

มีแหล่งข้อมูลในการสนับสนุนหรือไม่ หากมีให้
เช็กแหล่งนั้นด้วย และประเมินว่าข้อมูลที่ให้มา
นั้นมีความเกี่ยวเนื่องกับเรื่องราวจริง ๆ หรือไม่

5 ตรวจสอบวันเวลา

เรื่องเก่าที่นำมานำเสนอใหม่
ไม่ได้หมายความว่ามีความเกี่ยวเนื่อง
กับเหตุการณ์ปัจจุบัน

6 เป็นการล้อเล่นหรือไม่

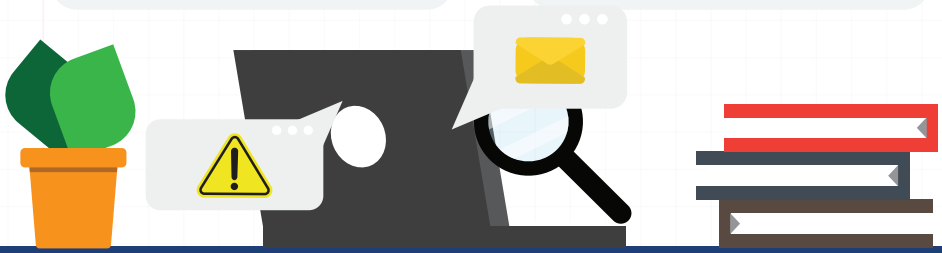
ถ้าหากแปลกเกินไปอาจจะเป็นการเหน็บแนม
ควรค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์
และผู้เขียนให้แน่ใจ

7 ตรวจสอบความลำเอียง

พิจารณาความเชื่อของตัวเองว่า
มีผลกระทบต่อการตัดสินหรือไม่

8 สอบถามผู้เชี่ยวชาญ

ขอคำแนะนำจากเว็บไซต์ตรวจสอบ
ความจริง (fact-checking site) หรือ
ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม (Anti-Fake News
Center Thailand)



ข้อมูลจากกลุ่มมิจฉาชีพ ที่ติดต่อเข้ามาในรูปแบบต่าง

ในปัจจุบันการติดต่อข่าวสารที่สะดวก รวดเร็ว ฉับไว อาจนำมาซึ่งภัยรายวันได้ อย่างเช่น Call Center ที่มักโทรมาขอข้อมูลส่วนบุคคลและดำเนินการที่ทำให้เกิดความเสียหายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การหลอกขอข้อมูลส่วนตัวเพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน หรือหลอกให้เชื่อว่าเป็นสายจากหน่วยงานของรัฐเพื่อให้เกิดความกลัวแล้วโอนเงินให้ เป็นต้น จึงควรมีการป้องกันก่อนเกิดความเสียหายนี้ ด้วยความรู้เพื่อการรับมือกับกลุ่มมิจฉาชีพที่มาในรูปของแก๊ง Call Center ดังต่อไปนี้

สายด่วนแจ้งเบอร์โทรศัพท์ แก๊ง Call Center

กสทช. โทร.1200

NT โทร.1888

AIS โทร.1185

True โทร.9777

ศูนย์ AOC
โทร.1441

มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

ในการดำเนินกิจกรรมหัวข้อผลกระทบจากสื่อที่ไม่ปลอดภัย เป็นกิจกรรมบูรณาการเกมและคลิปสถานการณ์สมมุติ

ระยะเวลาที่ใช้ 30 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

1. กระดาษการ์ดบันทึกข้อมูล
2. ปากกาสำหรับจดบันทึก
3. คลิปประจำบทที่ 4 และอุปกรณ์การฉายคลิป
4. รางวัลสำหรับกลุ่มที่ชนะ

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1	วิทยากรชี้แจงกติกา จัดกลุ่มให้ผู้เข้าร่วมแบบคละกันให้นั่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน หรือตามความเหมาะสมพร้อมแจกกระดาษการ์ดบันทึกข้อมูล
2	เปิดคลิปสถานการณ์สมมุติ แบ่งการเปิดเป็น 3 ช่วง ช่วงละ 1 เนื้อหา รวมเป็น 3 ประเด็น ได้แก่การหลอกลวง/ข่าวปลอม/มิจฉาชีพ (Call Center)
3	คลิปที่เปิดเป็นเรื่องของบทบาทสมมุติซื้อของออนไลน์ และกรณีมี Call Center โทรมาแล้วฟังการสนทนาของผู้แสดงสองฝั่ง คือ Call Center และคนที่รับสาย โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 3 ตอน

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม (ต่อ)

4	หยุดคลิปในแต่ละช่วง แล้วให้คนในกลุ่มสนทนา ปรึกษากันว่าข้อมูลไหนเป็นข้อมูลจริงและข้อมูลไหนเป็นข้อมูลลวง ข้อไหนถูก ข้อไหนผิดบันทึกลงในกระดาษการ์ดบันทึกข้อมูล แล้วให้เล่นเกมแข่งกันในแต่ละกลุ่ม
5	การแข่งขันกันเพื่อตอบสนองต่อคลิปในแต่ละช่วง วิทยากรเฉลยและตรวจดูว่ากลุ่มไหนจะได้คะแนนมากที่สุด
6	สรุปบทเรียนจากสถานการณ์สมมุติ พร้อมอธิบายที่มา/ข้อมูลที่เฉลย
7	มอบรางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนมากที่สุด

การวัดผล

ผู้เข้าร่วมสามารถแสดงความเข้าใจในแต่ละประเด็นของคลิป บทบาทสมมุติร้อยละ 80 และสามารถกล่าวถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถตรวจสอบข้อมูลเพื่อลดผลกระทบจากการถูกหลอกลวงได้

รายละเอียดในคลิป

เป็นสถานการณ์จำลอง ที่มีคุณยายวัย 65-70 ปีนั่งอยู่บริเวณบ้าน ชมสินค้าออนไลน์และมีแก๊ง Call Center โทรมา แล้วมีการสนทนากัน โดยเนื้อหาการสนทนาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

การสนทนาส่วนที่ 1
ซื้อดีไหม?

การสนทนาส่วนที่ 2
ให้หรือไม่ให้?

การสนทนาส่วนที่ 2
ลงทุนดีไหม?

คำถามและคำตอบในกิจกรรม

หัวข้อที่ 1 ข้อมูลข่าวสารการหลอกลวง	คำถาม	ตัวเลือก	คำตอบ
ข้อ 1	“ยา” โฆษณาได้ตามกฎหมายหรือไม่	ก.ได้ ข.ไม่ได้ ค.ได้บางประเภท	พิจารณาความถูกต้องของข้อมูลมีจริยธรรมในการนำเสนอ และได้รับอนุญาตให้โฆษณาได้
ข้อ 2	คำใด ใช้โฆษณาขายยาไม่ได้	ยานี้รักษาโรคได้หายขาด ยอดเยี่ยม หายแน่ วิเศษยิ่ง ปลอดภัย ไม่มีผลข้างเคียง ไม่ทำให้เกิดอาการแพ้ ทันใจ พิเศษ ดีที่สุด เด็ดขาด หายขาด หายห่วง ฉับพลัน ศักดิ์สิทธิ์ มหัศจรรย์ เป็นหนึ่ง ที่หนึ่ง ที่สุด แน่นอน เหนือกว่า พิชิตโรคร้าย	เลือกตอบมาจากตัวเลือกเหล่านี้

หัวข้อที่ 2 ข้อมูลข่าวสารปลอม	คำถาม	ตัวเลือก	คำตอบ
ข้อ 3	ข่าวปลอม คืออะไร	ให้ตอบอิสระแล้วสรุปในคำตอบที่ใกล้เคียงที่สุด (ข้อมูลผิด/บิดเบือน/เจตนาร้าย)	ข้อมูลผิด บิดเบือน เจตนาร้าย
ข้อ 4	จะตรวจสอบข่าวปลอมอย่างไรดี	ก. ข่าวนี้ดูน่าตื่นเต้นเกินไปหรือเปล่า ข. ใครบอกข่าวนี้มาน่าเชื่อถือหรือไม่ ค. มีที่มาที่ไปปรากฏอย่างชัดเจนไหม	ถูกทุกข้อ
ข้อ 5	ข่าวปลอมหรือไม่ตรวจเช็กและแจ้งที่ไหนดี	ตอบตามอิสระ	ผู้ใหญ่บ้าน ตำรวจ ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม

หัวข้อที่ 3 มิจฉาชีพ call center	คำถาม	ตัวเลือก	คำตอบ
ข้อ 6	หน่วยงานราชการโทรมาขอข้อมูลทำอย่างไรดี	ก.รีบให้ข้อมูลทันทีเพราะกลัวมีปัญหาบานปลาย ข.ขอข้อมูลหน่วยงานไว้เดี๋ยวไปติดต่อสำนักงานใกล้บ้าน ค.บอกลูกหลานปรึกษาว่าจะทำไงดี ง. กดวางสายทันที	ข ค ง
ข้อ 7	เบอร์ใครโทรเข้ามาจะปลอดภัยไหม สังเกตจากอะไร	ตอบอิสระ	ระวังเบอร์ที่ไม่รู้จัก หรือเบอร์ที่มีเครื่องหมาย + เบอร์ที่มีจำนวนเลขมากผอดปกติ
ข้อ 8	ข้อมูลไหนอย่าให้เด็ดขาด	ตอบอิสระ	ชื่อ นามสกุล เลขบัตรประชาชน ข้อมูลส่วนบุคคล
ข้อ 9	เบอร์มิจฉาชีพสกัดไว้ไม่ให้ทำร้ายใครต่อโทรแจ้งที่ไหนดี	ตอบอิสระ	• ศูนย์ Call Center กสทช. โทร.1200 • ศูนย์ AOC โทร.1441 • NT โทร.1888 • True โทร.9777 • AIS โทร.1185 • DTAC โทร.1678

บทที่ 5
การมีส่วนร่วมในสื่อ

เป้าหมายของบท

- ตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในสื่อ
- เข้าใจและสามารถมีส่วนร่วมในการใช้สื่อ
  - การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
  - การมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา
  - การมีส่วนร่วมในการร้องเรียน
- เข้าใจกระบวนการร้องเรียนและสามารถร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาได้

ความสำคัญ ของการมีส่วนร่วม

ความท้าทายในโลกยุคปัจจุบันที่มีความผันผวน ผู้สูงวัยจำเป็นที่จะต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกให้เท่าทัน ในชีวิตประจำวันของผู้สูงวัยถูกรายล้อมไปด้วยสื่อต่าง ๆ รอบตัว ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นทักษะที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้ผู้สูงวัยมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อและข้อมูลที่หลากหลาย

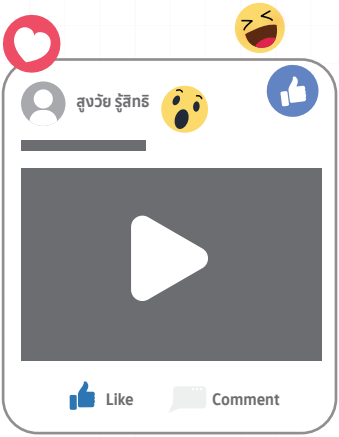
มีทักษะการคิดวิเคราะห์และการประเมินสื่อ รวมถึงการมีส่วนร่วมในสื่อในฐานะของผู้ส่งสารที่มีพลัง ตื่นรู้ มีความรับผิดชอบ และมีจริยธรรม ผู้ส่งสารที่พร้อมส่งเสียง รู้จักปกป้องและเรียกร้องสิทธิของตน คนรอบข้าง และสังคม เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนสังคมไปสู่สิ่งที่ดีกว่า

แนวทางการมีส่วนร่วม ของผู้สูงวัย

แนวทางการมีส่วนร่วมในกระบวนการรู้เท่าทันสื่อที่ผู้สูงวัยสามารถทำได้มี 3 แนวทาง ได้แก่

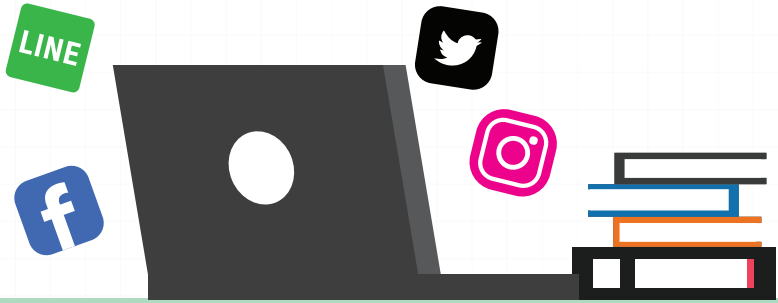
1. การมีส่วนร่วม ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นหรือการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ของผู้สูงวัยจะเป็นประโยชน์อย่างมาก หากมีลักษณะ ดังนี้



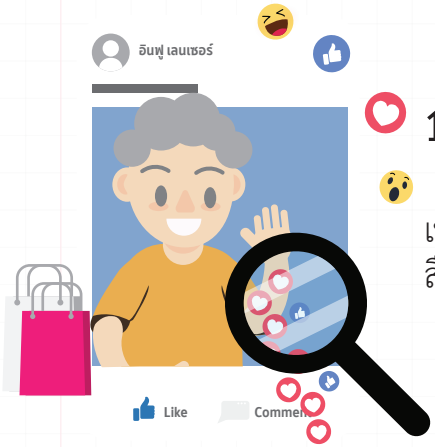
1.1 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ควรวิเคราะห์อย่างรอบคอบ พิจารณากลั่นกรองว่าข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใดก่อนที่จะเชื่อหรือเผยแพร่ไปให้ผู้อื่น โดยตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเผยแพร่ส่งต่อข่าวลวง



1.2 การเผยแพร่ข้อมูลส่งต่อ

จำเป็นต้องมีทักษะการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยจะต้องไม่เชื่อโดยทันที และต้องมีความรับผิดชอบในการส่งต่อ

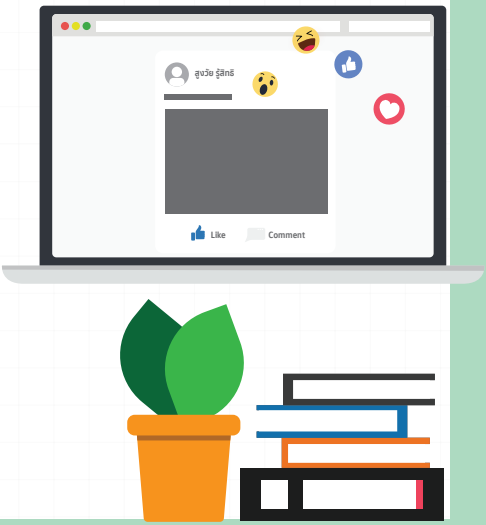


1.3 การแสดงความคิดเห็นในสื่อ

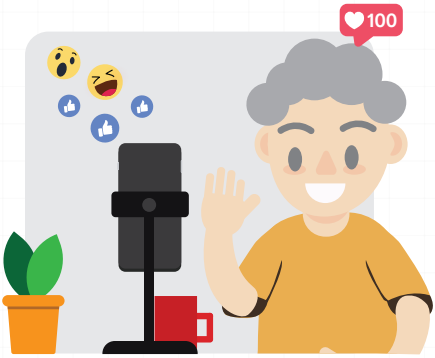
ควรแสวงหาข้อมูลจากแหล่งอื่นมาประกอบเพิ่มเติม เช่น การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อบุคคล สื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อมวลชน

1.4 การแสดงความคิดเห็นไปยังผู้ผลิตสื่อ

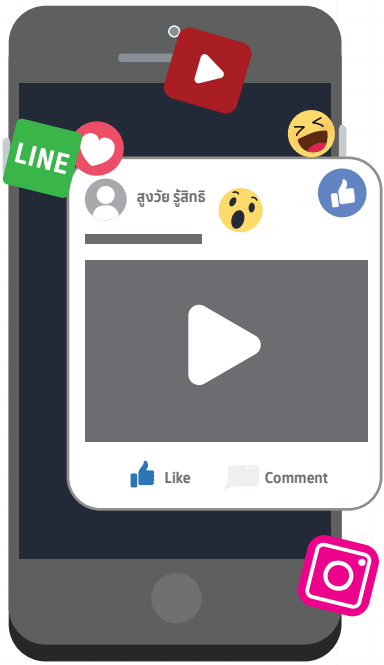
สามารถส่งความคิดเห็น ข้อเสนอแนะไปยังผู้ผลิตสื่อ เช่น รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือผู้ดูแลเว็บไซต์ ตามช่องทางที่สื่อกำหนด และสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายหรือการกำกับดูแลสื่อ เช่น การมีส่วนร่วมในเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อร่างประกาศหรือนโยบายของสื่อ เป็นต้น



2. การมีส่วนร่วม ในการสร้างเนื้อหา



ผู้สูงวัยสามารถเปลี่ยนแปลงบทบาทจากผู้รับสารมาเป็นผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตสื่อ ผลิตข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ เช่น การโฆษณาผลิตภัณฑ์ในชุมชน การเผยแพร่ภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งการสร้างเนื้อหาและการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์ให้เกิดความเปลี่ยนแปลง เช่น การสื่อสารสร้างความเข้าใจผ่านเพจ ให้ส้วมสาธารณะเป็นแบบนั่งราบแทนแบบนั่งยอง



การเสนอผ่านช่องทางกระทรวงแรงงานให้มีการจ้างงานผู้สูงวัยเพิ่มขึ้น เป็นต้น ซึ่งสามารถใช้ช่องทางที่หลากหลาย อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ สื่อท้องถิ่น สื่อชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาและผลิตสื่อจะเพิ่มศักยภาพการรู้เท่าทันสื่อให้แก่ผู้สูงวัยได้มากขึ้น ซึ่งประกอบด้วย ทักษะการสื่อสารทั้งการพูดและการเขียน ทักษะการใช้เทคโนโลยี การถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ การใช้โปรแกรมต่าง ๆ รวมถึงทักษะด้านความเข้าใจเนื้อหาและระบบคิดวิเคราะห์ อันจะส่งเสริมให้ผู้สูงวัยได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ได้เรียนรู้อย่างไม่หยุดนิ่ง เห็นคุณค่าในตัวเอง และได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม

3. การมีส่วนร่วมในการร้องเรียน

บทบาทที่สำคัญอีกประการของผู้สูงวัยในการใช้สื่อปัจจุบัน คือ บทบาทการเป็นผู้บริโภคสื่อที่ต้องตระหนักในสิทธิของตนเอง และมีส่วนร่วมในการติดตามเฝ้าระวัง ตรวจสอบการเผยแพร่เนื้อหาไม่เหมาะสม โฆษณาหลอกลวง ข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จจากการนำเสนอของสื่อต่าง ๆ ร้องเรียนและส่งต่อข้อมูลพร้อมหลักฐานให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีการดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และช่องทางการร้องเรียน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและช่องทางการร้องเรียนการกระทำผิดในสื่อที่สำคัญ มีดังนี้

1200 กสทช. ร้องเรียนเรื่อง
การให้บริการวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และการออกอากาศ เนื้อหารายการ โฆษณาเฉพาะวิทยุ-โทรทัศน์

1556 อย. ร้องเรียนเรื่อง
การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1166 สคบ. ร้องเรียนเรื่อง
การโฆษณาสินค้า หรือบริการที่ไม่เป็นธรรม และการคุ้มครองผู้บริโภค

1212 กระทรวงดิจิทัลฯ ร้องเรียนเรื่อง
การคุกคาม ทางไซเบอร์ กระทำผิดทางเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์

02 142 2556-7 ปอ.ท. ร้องเรียนเรื่อง
การขโมย ข้อมูล การหลอกลวงทางออนไลน์ เนื้อหาไม่เหมาะสม ทางออนไลน์ การพนันหรือการกระทำผิดกฎหมายบนสื่อออนไลน์

อ้างอิงจาก : สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช.
https://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2020-04-22-12-16-29

การร้องเรียนไปยัง กสทช.

การร้องเรียนไปยัง กสทช. เป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้สูงวัยสามารถทำได้ในฐานะของผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ โดยสามารถร้องเรียนกับ กสทช. ได้ที่ศูนย์ Call Center กสทช. โทร. 1200 ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจสอบคุณสมบัติและประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

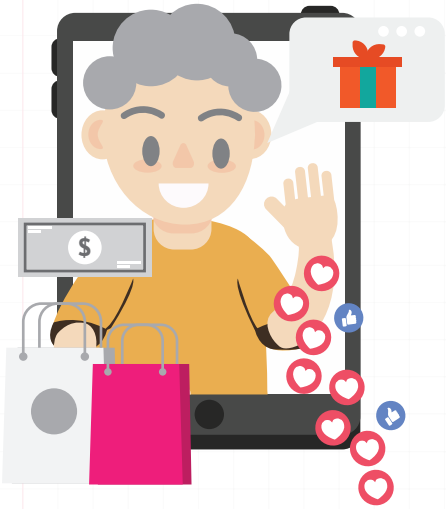
2. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

3. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียง หรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

4. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

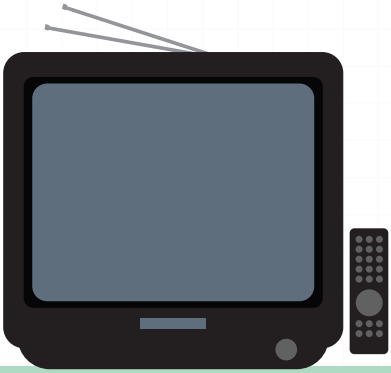
5. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในกิจการเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อ

6. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาหารายได้ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์



7. คำร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหารายการและผังรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

8. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค



9. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจสอบคุณสมบัติและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การเตรียม ข้อมูลร้องเรียน

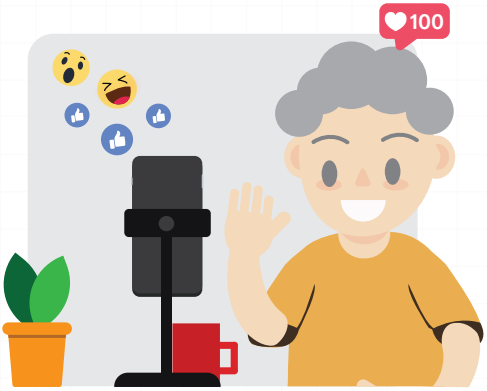
การเตรียมข้อมูลและเอกสารต่าง ๆ ในการร้องเรียนไปยัง กสทช. มีรายละเอียด ดังนี้

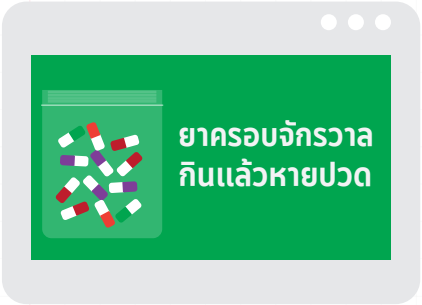
1) ชื่อผู้ร้องเรียน หรือผู้บันทึกข้อมูล ที่อยู่ หรือหมายเลขโทรศัพท์ (เพื่อเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับ)

2) ระบุสื่อที่พบการโฆษณาและข้อมูลเกี่ยวกับสื่อ เช่น วันเวลาที่พบโฆษณา คลื่นความถี่ หรือช่องรายการ ชื่อสถานี ชื่อรายการ ชื่อผู้จัดรายการ (ระบุจังหวัด)

3) รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง หรือเครื่องมือแพทย์ เลขที่โฆษณาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

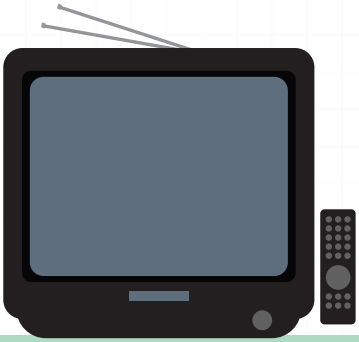
4) รายละเอียดวิธีโฆษณา เช่น การจัดรายการ สปอตโฆษณา มีผู้เล่าประสบการณ์ ดาราหรือเน็ตไอดอล หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นผู้รีวิวผลิตภัณฑ์หรืออื่น ๆ





5) ประเด็นที่สงสัยว่าไม่ถูกต้องหรือไม่ปลอดภัย เช่น การอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง มีการรับรองสรรพคุณอย่างไม่น่าเป็นไปได้ ให้ดูรายละเอียดใน“ข้อห้ามในการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพแต่ละประเภท”

6) กรณีการเป็นสมาชิกโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (เคเบิลทีวีหรือดาวเทียม) จะต้องเก็บสัญญาการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกไว้เป็นหลักฐาน



การร้องเรียน
กับหน่วยงานที่รับผิดชอบ

การร้องเรียนได้ถูกต้องตรงกับหน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้กระบวนการร้องเรียนรวดเร็วและสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที โดยมีรายละเอียดหน่วยงานและประเด็นการร้องเรียน ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

กสทช.

กสทช.
โทร.1200

ประเด็นการร้องเรียน

การให้บริการวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และการออกอากาศเนื้อหารายการโฆษณาเฉพาะวิทยุ-โทรทัศน์

ตัวอย่าง

- เคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียมให้บริการที่ไม่เป็นธรรม เช่น ภาพไม่ชัด รับชมไม่ได้ จอดำ
- ใช้บริการเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม ชำระเงินล่วงหน้าแต่ไม่ได้รับบริการตามสัญญา
- เนื้อหาและภาพความรุนแรงทางโทรทัศน์
- สื่อโทรทัศน์นำเสนอเกี่ยวกับเรื่องเพศ เช่น ฉากการมีเพศสัมพันธ์ฉากข่มขืน

การร้องเรียน
กับหน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

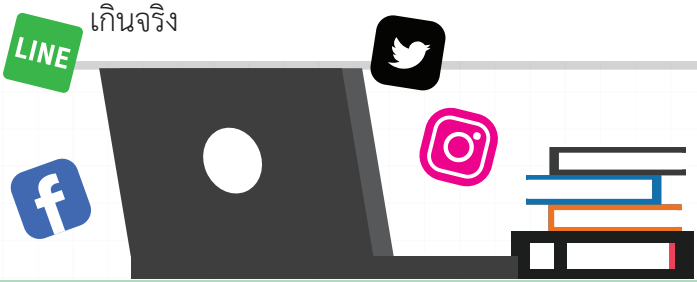
อย.
โทร.1556

ประเด็นการร้องเรียน

การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องสำอาง

ตัวอย่าง

- โฆษณาหลอกลวงในสื่อต่าง ๆ ทำให้เข้าใจผิด เช่น เป็นสมุนไพรรักษาโรคมะเร็ง เครื่องสำอางทำให้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างใบหน้า
- การโฆษณาชักชวนให้ใช้ยาเกินจำเป็น เช่น การซื้อเป็นของฝาก ใช้ประจำกินทุกวัน
- โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในสื่อต่าง ๆ โอ้อวดสรรพคุณเกินจริง



การร้องเรียน
กับหน่วยงานที่รับผิดชอบ

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ศูนย์ช่วยเหลือและ
จัดการปัญหาออนไลน์
โทร.1212

ประเด็นการร้องเรียน

การคุกคามทางไซเบอร์ กระทำผิดทางเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์

ตัวอย่าง

- พบเห็นการกระทำผิดกฎหมายในสื่อออนไลน์ เช่น พบเห็นเว็บพนันออนไลน์
- การถูกกลั่นแกล้งหรือทำให้เสียหายในสื่อออนไลน์ เช่น ถูกตัดต่อภาพโป๊เปลือย โดนแฮ็กเฟซบุ๊ก
- ได้รับสินค้าไม่ตรงปกจากการซื้อออนไลน์

ช่วยกันบอกต่อ

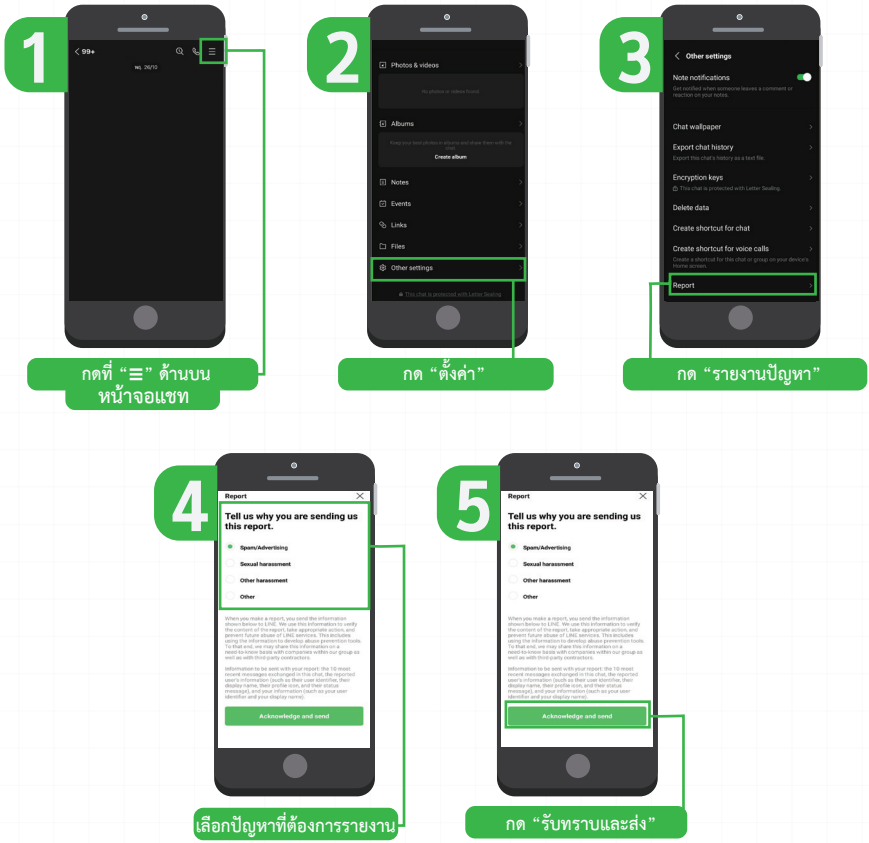
ผู้สูงวัยที่พบการโฆษณาหรือการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ รวมทั้งการพบเห็นการกระทำอันก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่น เช่น การคุกคามทางไซเบอร์ การถูกก่อกวนจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ หากไม่มั่นใจอาจสอบถามเจ้าหน้าที่ว่าการนำเสนอเนื้อหาและการกระทำดังกล่าวนั้นถูกต้องหรือไม่

หลังจากนั้น แจ้งคนภายในชุมชนให้ทราบในเวทีการประชุมของชุมชน วัด โรงเรียน หอกระจายข่าว หรือหากไม่มั่นใจขั้นตอนการร้องเรียนเมื่อพบเห็นการกระทำที่หมิ่นเหม่เป็นความผิดให้แจ้งผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือโรงเรียนผู้สูงอายุ เพื่อประสานเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนตรวจสอบและดำเนินการต่อไป

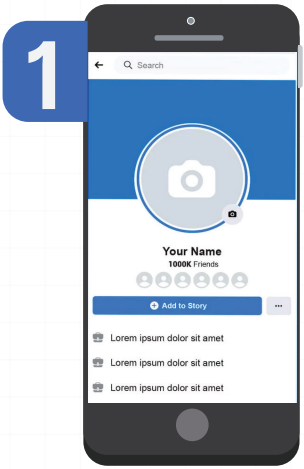
รายงาน (report) การใช้งานที่ไม่เหมาะสมของผู้ใช้คนอื่นในสื่อสังคมออนไลน์

เมื่อผู้สูงวัยที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ติ๊กต็อก เห็นว่าผู้ใช้คนอื่นโพสต์อะไรที่ไม่เหมาะสมสามารถรายงาน (Report) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ โดยการคลิกหรือการกดเลือกข้อความเพียงไม่กี่ครั้ง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

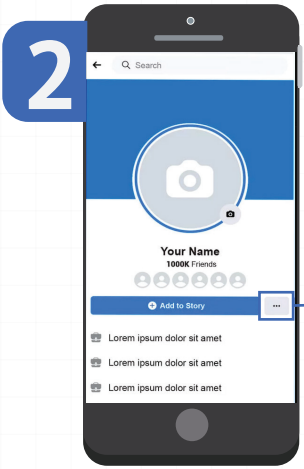
ไลน์



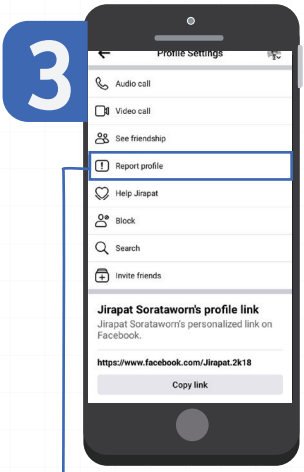
เฟซบุ๊ก



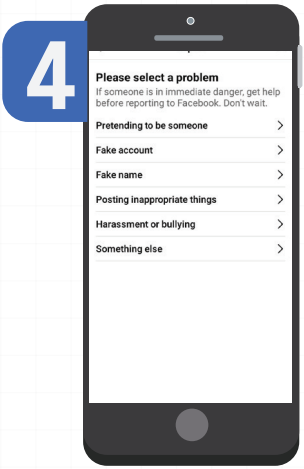
ไปที่โปรไฟล์ (Profile) ที่ต้องการรายงาน โดยการกดที่ชื่อของโปรไฟล์นั้นในฟีด หรือค้นหาโปรไฟล์นั้น



กด “...” ที่ด้านขวา

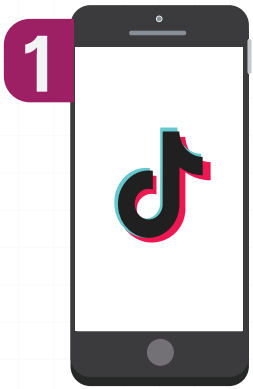


กด “ขอความช่วยเหลือหรือรายงาน”

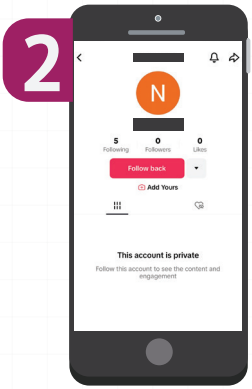


เลือกเหตุผลที่จะรายงานโปรไฟล์นั้น

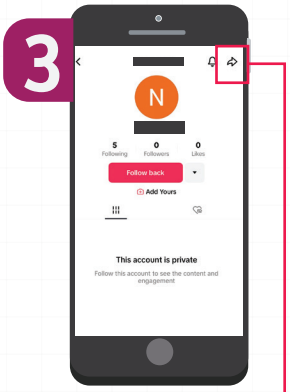
ติ๊กต๊อก



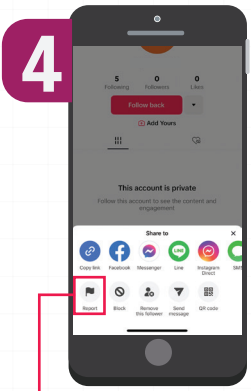
เปิดติ๊กต็อก



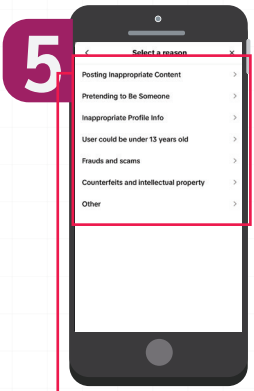
ค้นหาผู้ใช้ที่ต้องการรายงาน



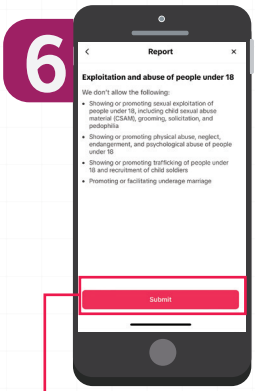
กด “แชร์” มุมขวา



เลือก รายงาน (Report account)



เลือกเหตุผลที่จะรายงานโปรไฟล์นั้น



กดส่ง (Submit) เพื่อรายงานผู้ใช้ติ๊กต็อก

มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

กิจกรรมประจำบทที่ 5 ประกอบด้วย 2 กิจกรรม

1. กิจกรรมที่ 1 สูงวัยกับการมีส่วนร่วมในสื่อ
2. กิจกรรมที่ 2 เจอแบบนี้...แจ้งที่ไหน

สามารถเลือกเพียง 1 หรือ ทำทั้ง 2 กิจกรรมได้

กิจกรรมที่ 1 คลิป : สูงวัยกับการมีส่วนร่วมในสื่อ

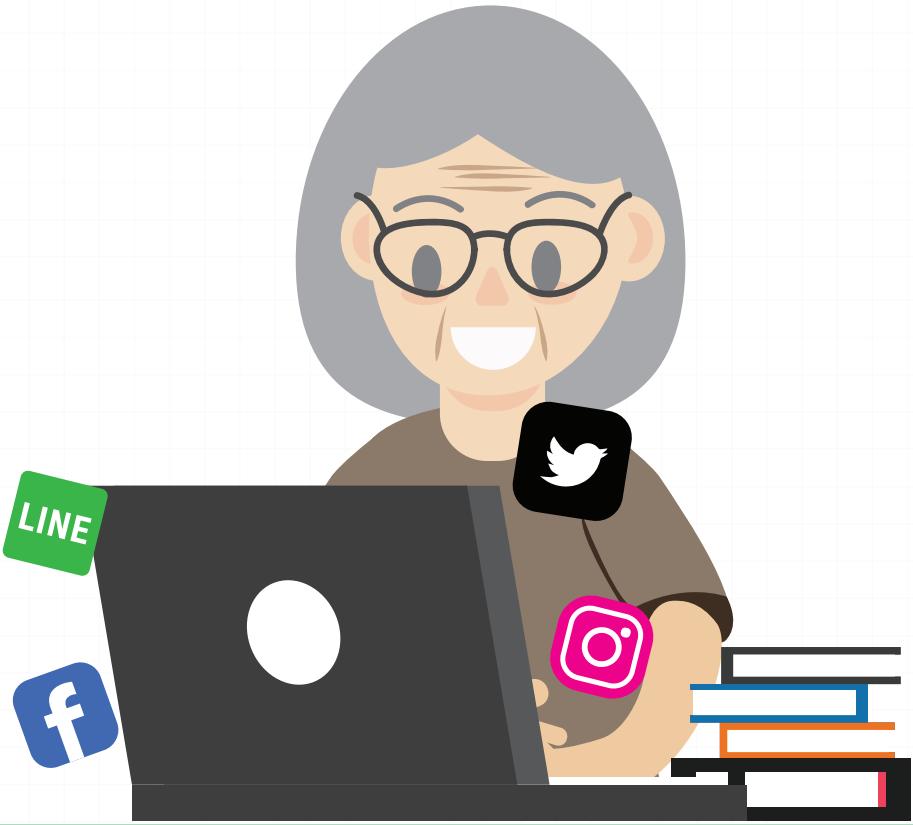
ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1	เปิดคลิปประจำบท เพื่อทำความเข้าใจ “การมีส่วนร่วมในสื่อ” (3 นาที)
2	จัดกลุ่ม ๆ ละ 10 คน พร้อมพี่เลี้ยง 1 คน (2 นาที)
3	วิทยากรให้แต่ละกลุ่มพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในประเด็น “ประสบการณ์การมีส่วนร่วมในสื่อ” (15 นาที)
4	พี่เลี้ยงสรุปคำตอบและการแสดงความคิดเห็นแต่ละกลุ่ม (5 นาที)
5	สรุปกิจกรรมที่ 1 (5 นาที)

ระยะเวลาที่ใช้ 30 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

1. คลิปประจำบทที่ 5
2. ทีมพี่เลี้ยงประจำกลุ่ม
3. โปรเจคเตอร์
4. ฟลิปชาร์ตและปากกาไวท์บอร์ด



กิจกรรมที่ 2
เจอแบบนี้...แจ้งที่ไหน

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

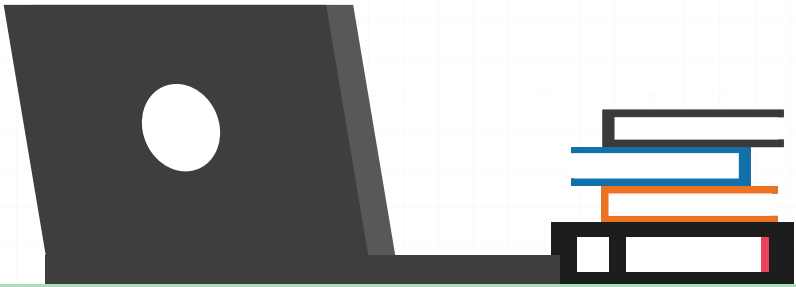
1 แบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม ๆ ละ 10 คน พร้อมพี่เลี้ยงประจำกลุ่ม ๆ ละ 1 คน

2 แต่ละกลุ่มจะได้รับแจกแผ่นป้ายที่มีโลโก้ ชื่อหน่วยงาน และช่องทางการร้องเรียน กลุ่มละ 3 ใบ ได้แก่

1) กสทช. โทร. 1200
2) อย. โทร. 1556
3) กระทรวงดิจิทัลฯ โทร. 1212

3 ให้ทุกกลุ่มตอบคำถาม “เจอแบบนี้...แจ้งที่ไหน” เมื่อพบเจอเหตุการณ์หรือปัญหานี้จะแจ้งไปที่หน่วยงานและช่องทางการร้องเรียนใด

4 สมาชิกในกลุ่มระดมความคิดเห็น เพื่อเลือกคำตอบที่ถูกต้อง(จากตัวเลือก 3 คำตอบ)



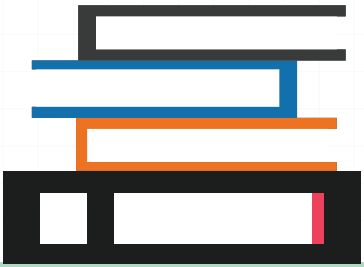
คำอธิบายการเล่มเกม (ต่อ)

5	ให้ตัวแทนชูป้ายคำตอบที่สมาชิกในกลุ่มเลือก
6	ตอบถูกได้รับ 1 คะแนน กลุ่มที่ได้คะแนนมากที่สุดเป็นผู้ชนะ
7	ผู้นำกิจกรรมสรุปกิจกรรมที่ 2 (5 นาที)

ระยะเวลาที่ใช้ 30 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

1. แผ่นป้ายที่มีโลโก้ ชื่อหน่วยงานและช่องทางการร้องเรียน
2. ทีมพี่เลี้ยงประจำกลุ่ม
3. โปรเจคเตอร์
4. ฟลิปชาร์ตและปากกาไวท์บอร์ด (สำหรับจดคะแนน)



ใบกิจกรรมที่ 2
เจอแบบนี้...แจ้งที่ไหน

คำถาม เมื่อพบเจอเหตุการณ์แบบนี้แล้วสามารถแจ้งหรือร้องเรียนไปยังหน่วยงานและช่องทางใด

หมายเลข	ข้อความ (เจอแบบนี้)	ร้องเรียนหน่วยงาน
1	โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในวิทยุที่โอ้อวดสรรพคุณเกินจริง “หน้าตึง อกฟู รูฟิต”	อย. (1556) และ กสทช. (1200)
2	พบเนื้อหาและภาพความรุนแรงทางโทรทัศน์	กสทช. (1200)
3	เคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียมให้บริการที่ไม่เป็นธรรม เช่น ภาพไม่ชัด รับชมไม่ได้ จอดำ	กสทช. (1200)
4	ละครโทรทัศน์ที่นำเสนอฉากเกี่ยวกับเรื่องเพศ (เช่น ฉากการมีเพศสัมพันธ์ ฉากข่มขืน)	กสทช. (1200)

คำถาม เมื่อพบเจอเหตุการณ์แบบนี้แล้วสามารถแจ้งหรือร้องเรียนไปยังหน่วยงานและช่องทางใด

หมายเลข	ข้อความ (เจอแบบนี้)	ร้องเรียนหน่วยงาน
5	ได้รับสินค้าไม่ตรงปกจากการซื้อออนไลน์	กระทรวงดิจิทัลฯ (1212)
6	รายการวิทยุนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมการสูบบุหรี่หรือยาเสพติด	กสทช. (1200)
7	โฆษณาอาหารเสริมเปลี่ยนแปลงโครงสร้างใบหน้าในสื่อออนไลน์	อย. (1556)
8	ใช้บริการเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียมชำระเงินล่วงหน้าแต่ไม่ได้รับบริการตามสัญญา	กสทช. (1200)
9	คนรู้จักถูกตัดต่อภาพโป๊เปลือยและเผยแพร่ในสื่อออนไลน์	กระทรวงดิจิทัลฯ (1212)
10	พบโฆษณาหลอกลวงในหนังสือพิมพ์ทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นสมุนไพรรักษาโรคมะเร็ง	อย. (1556)

คำถาม เมื่อพบเจอเหตุการณ์แบบนี้แล้วสามารถแจ้งหรือร้องเรียนไปยังหน่วยงานและช่องทางใด

หมายเลข	ข้อความ (เจอแบบนี้)	ร้องเรียนหน่วยงาน
11	โฆษณาในไลน์โอ้อวดเกินจริง เช่น ช่วยยับยั้งกระบวนการสร้างเมลานินที่เป็นสาเหตุของผิวหมองคล้ำ	อย. (1556)
12	มีการโฆษณาสินค้าในสื่อโทรทัศน์นานเกินกว่าที่กฎหมายกำหนดหรือบ่อยครั้ง	กสทช. (1200)
13	โดนแฮ็ก เฟซบุ๊ก	กระทรวงดิจิทัลฯ (1212)
14	การโฆษณาชักชวนในสื่อวิทยุให้ใช้ยาเกินจำเป็น เช่น การซื้อเป็นของฝาก ใช้ประจำ กินทุกวัน	อย. (1556) และ กสทช. (1200)
15	พบเห็นเว็บพนันออนไลน์	กระทรวงดิจิทัลฯ (1212)

บทสรุป

แนวทางการมีส่วนร่วมในกระบวนการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงวัยมี 3 แนวทางที่สำคัญ ได้แก่

1) การแสดงความคิดเห็น การส่งต่อและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างมีจริยธรรมและสำนึกรับผิดชอบ

2) การมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์ ขับเคลื่อนให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน และสังคม

3) การมีส่วนร่วมในการร้องเรียน เพื่อปกป้องและเรียกร้องสิทธิของตน คนรอบข้าง และสังคม โดยการร้องเรียนการกระทำผิดในสื่อ ทั้งการนำเสนอเนื้อหาการโฆษณาที่ไม่เหมาะสม และการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคสื่อนั้น ผู้สูงวัยสามารถร้องเรียนได้ด้วยตนเองไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ แนวทางการมีส่วนร่วมในสื่อดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยทักษะของการรู้เท่าทันสื่อ ดังนั้น ผู้สูงวัย จำเป็นที่จะต้องพัฒนาตนให้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเป็นพลังสำคัญในการสร้างนิเวศสื่อที่ดีให้เกิดขึ้นในสังคม ให้สมกับที่เป็น “สูงวัย รู้สิทธิ ทันสื่อ” อย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

1.ONENEWS31. (17 ตุลาคม 2566). **รพ.ระบบล่ม ทำหมอทะเลาะคนไข้.** จาก https://www.tiktok.com/@onenews31/video/7290837618886053121. เมื่อ 29 ตุลาคม 2566.

2. เภสัชพี่หมี. (6 มีนาคม 2566). **น้ำมันงาดำสกัดเย็นตัวดัง ดีจริง...พรีเมี่ยมจริง ...หรือมีดีแค่การตลาด?.** จาก https://www.tiktok.com/@k.gorawit/video/7240309695125277978?q=black%20seed&t=1697987838720 เมื่อ 29 ตุลาคม 2566.

3. สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. (2566). MEDIA LITERACY.**รู้ฤทธิ์ รู้ทันสื่อ. คู่มือหลักสูตรการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ (ระดับประชาชน). สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช.** จาก https://bcp3.nbtc.go.th/melit/ebook/3. เมื่อ 29 ตุลาคม 2566.

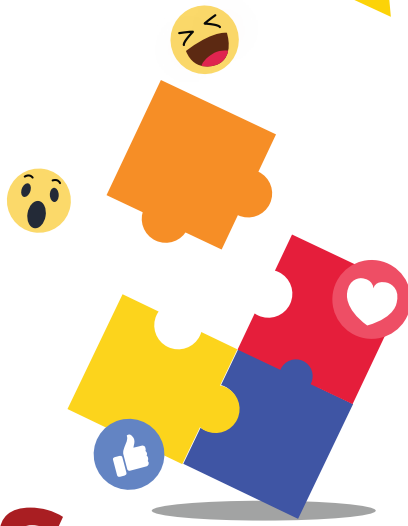
4. ไทยโพสต์ (3 พฤษภาคม 2565). **สสส. ผนึก 6 องค์กรเครือข่าย สร้างสังคมสูงวัยรู้เท่าทันสื่อ**. จาก https://www.thaipost.net/public-relations-news/145722/. เมื่อ 9 กันยายน 2566.

5.สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. **สายด่วนเพื่อผู้บริโภคสื่อฯ.** จาก https://bcp.nbtc.go.th/th/-detail/2020-04-22-12-16-29. เมื่อ 22 ธันวาคม 2566.

สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

คู่มือ

กิจกรรมสันทนาการ

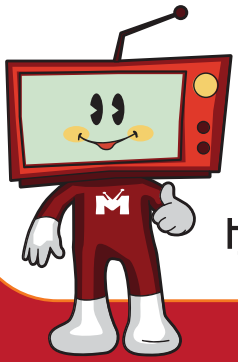


กิจกรรมที่ 1
เพลง ครับ สวัสดีครับ!

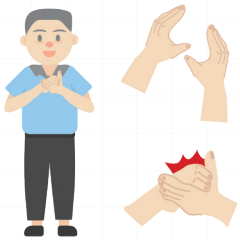
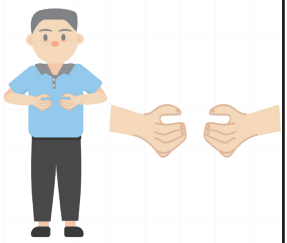
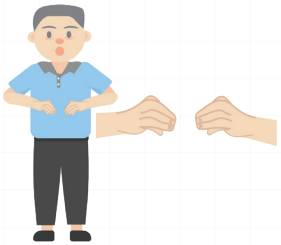
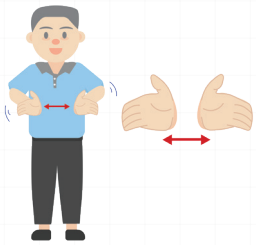
เพลง ครับ สวัสดีครับ!
วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้สูงอายุได้เตรียมความพร้อม และเป็นการขยับ กล้ามเนื้อมัดเล็ก และมัดใหญ่ เพื่อให้ตื่นตัว รวมถึงการฝึกสมองซีกซ้าย ซีกขวา

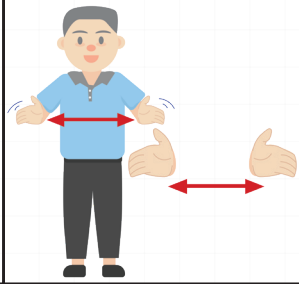
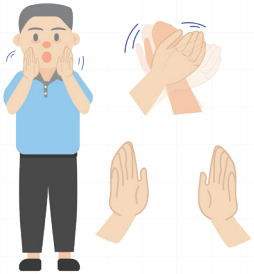
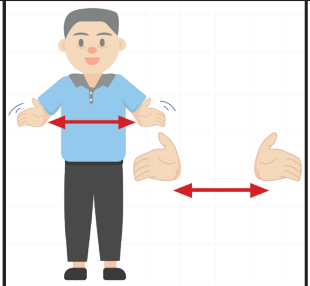
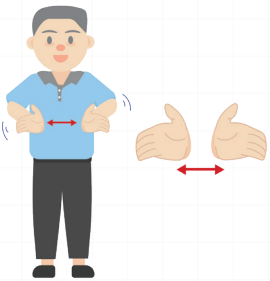
เนื้อเพลง:

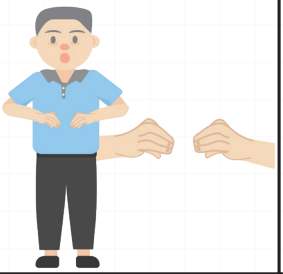
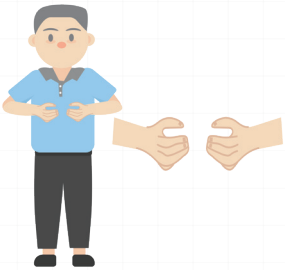
ครับ สวัสดีครับ! ผมชื่อมีฤทธิ์ ไม่ติดปัญหา (ซ้ำ)
แก้ว กะลา ขัน โอ่ง เป่าลูกโป่ง
โอ่ง ขัน กะลา แก้ว
ตา หู จมูก ปาก ตา
หู จมูก ปาก ตา หู จมูก ปาก ตา

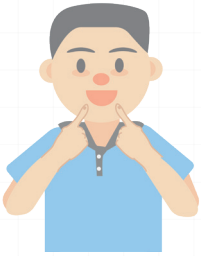


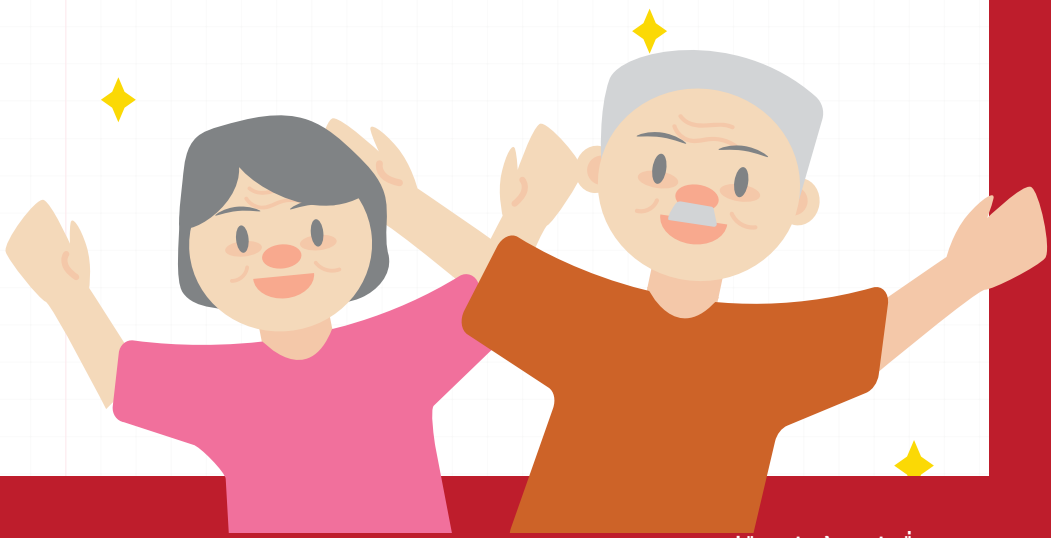
ท่าประกอบเพลง

เนื้อเพลง	ท่าทาง	บรรยายท่าทาง
ครับ สวัสดีครับ! ผมชื่อ มีฤทธิ์ ไม่ติดปัญหา ซ้ำ		ปรบมือตามจังหวะเพลง
แก้ว		นำมือทั้ง 2 ข้างทำเป็นรูปตัวซี หันเข้าหากันจำลองท่าจับแก้วน้ำ
กะลา		คว่ำมือทั้ง 2 ข้างลงขนานกับพื้นจำลองเป็นภาพกะลา
ขัน		หงายมือทั้ง 2 ข้างขึ้นขนานกับพื้นจำลองเป็นภาพขัน

เนื้อเพลง	ท่าทาง	บรรยายท่าทาง
โอ่ง		ยกมือทั้ง 2 ข้าง เหนือศีรษะ ความกว้างระดับไหล่ จำลองเป็นภาพโอ่ง
เป่าลูกโป่ง		นำมือทั้ง 2 ข้าง มาวน ที่บริเวณข้างแก้ม จำลองท่าเป่าลูกโป่ง
โอ่ง		ยกมือทั้ง 2 ข้าง เหนือศีรษะ ความกว้างระดับไหล่ จำลองเป็นภาพโอ่ง
ขัน		หงายมือทั้ง 2 ข้าง ขึ้นขนานกับพื้น จำลองเป็นภาพขัน

เนื้อเพลง	ท่าทาง	บรรยายท่าทาง
กะลา		คว่ำมือทั้ง 2 ข้างลง ขนานกับพื้นจำลอง เป็นภาพกะลา
แก้ว		นำมือทั้ง 2 ข้างทำเป็น รูปตัวซี หันเข้าหากัน จำลองท่าจับแก้วน้ำ
ตา		มือทั้งสองข้างชี้ที่ตา
หู		มือทั้งสองข้างชี้ที่หู

เนื้อเพลง	ท่าทาง	บรรยายท่าทาง
จมูก		มือทั้งสองข้างชี้ที่จมูก
ปาก		มือทั้งสองข้างชี้ที่ปาก



กิจกรรมที่ 2

ท่ายืดเหยียด ประกอบเพลง เอ๊ะๆ

เพลง เอ๊ะ ๆ

เพื่อให้ผู้ร่วมกิจกรรมตระหนักถึงการรู้เท่าทันสื่อ การชม แชร์ สแกนสื่อผ่านหน้าจอ การร้องเรียนเมื่อพบเนื้อหา หรือ สื่อที่ไม่เหมาะสม ข่าวปลอม เว็บพนัน และ ทำให้ได้ออกกำลังกายด้วยท่าทางที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัย

(ความยาวคลิปประมาณ 3.30 นาที)

1 เปิดคลิป: เพลง เอ๊ะ ๆ

2 ผู้นำกิจกรรมสาธิตการยืดเหยียด
ตามจังหวะเพลง เอ๊ะ ๆ และผู้เข้าร่วมกิจกรรมปฏิบัติตาม

3 ท่าประกอบเพลง เอ๊ะ ๆ ด้วย
การเคลื่อนไหวที่อยู่กับที่ (Non-Locomotor Movement)
และ การเคลื่อนไหวที่เคลื่อนที่ (Locomotor Movement)

การอบอุ่นร่างกาย (Warm up)

เอ๊ะๆ ฮูฮู้ ฮูฮู~
ชัดชาดาดาด้า~
เอ๊ะๆ เพลงนี้ไม่ได้ฟัง
จะเสียใจ..

1

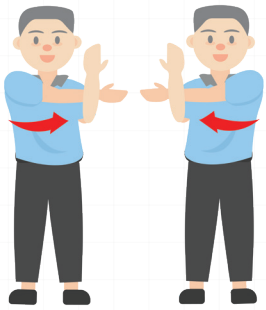
ท่ายืดกล้ามเนื้อคอด้านข้าง

เอ๊ะๆ ฮูฮู้ ฮูฮู~
ชัดชาดาดาด้า
เอ๊ะๆ ถ้าคุณไม่ลองฟัง
จะเสียใจ..

2

ท่ายืดกล้ามเนื้อหน้าอก

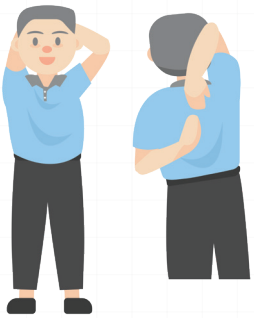
เลื่อนดูหน้าจอ
เรื่องดี ๆ ก็มีเยอะ



3

ท่ายืดกล้ามเนื้อหัวไหล่และสะบัก

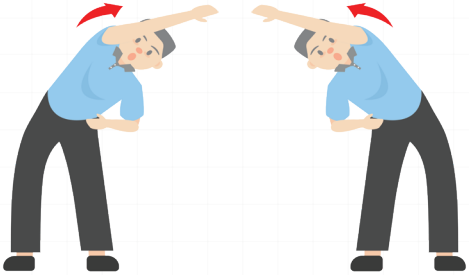
เลื่อนดูหน้าจอ
เรื่องบางเรื่อง ท่าจะเวอร์



4

ท่ากล้ามยืดเนื้อต้นแขนทางด้านหลัง

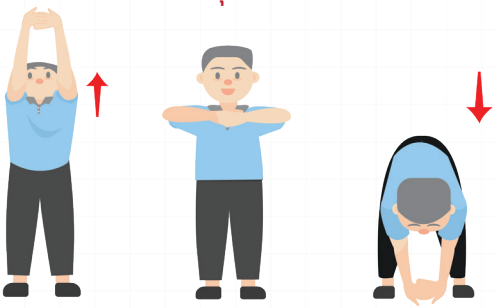
เลื่อนดูหน้าจอ พอรู้ไม่เท่าทัน
ก็พลันต้องเสียใจ ไม่รู้ตัว



5

ท่ายืดกล้ามเนื้อด้านข้างลำตัว ด้านซ้ายและด้านขวา

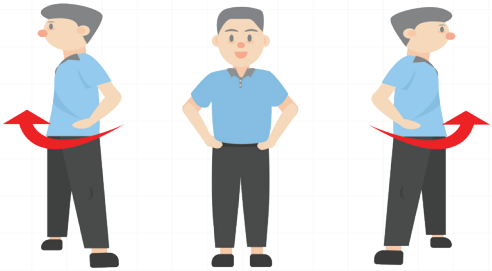
ข่าวปลอมให้แชร์มีเป็นร้อย
ข้อความรุนแรงมีเป็นพัน



6

ท่ายืดกล้ามเนื้อโดยการยืดตัวและก้มตัว

พนันออนไลน์หมดเป็นล้าน น่ากลัวใช่ไหม..
สแกน อะไร อย่าใจร้อน ต้องเย็นไว้ก่อน ต้องชั่งใจ

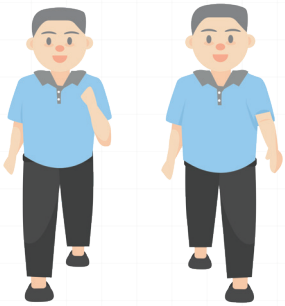


7

ท่าบิดตัวด้านซ้ายและด้านขวา

ท่าออกกำลังกาย(Locomotor Movement)

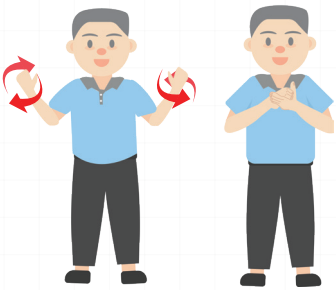
เอ๊ะๆ เอ๊ะนั่นอะไร
ที่พูดมา เกินจริงไปไหม(เราเชื่อได้ไหม)
เนื้อหาอะไรที่ไม่ใช่ ให้หนีไป..



1 ท่าเดิน

การก้าวเดินไปด้านหน้าอย่างเป็นจังหวะ และ
ก้าวเดินถอยหลังอย่างเป็นจังหวะ

เอ๊ะ ๆ ถ้าคุณไม่แน่ใจ
มีใคร จะคุยกันได้ไหม (ก็ถามใครที่รู้)
เนื้อหา อะไรที่ไม่ใช่ บอกแอดมิน..



2 ท่าก้าว-ชิด-ก้าว ไปด้านข้าง

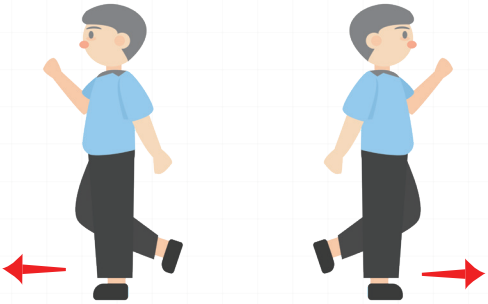
การก้าวเท้าใดเท้าหนึ่งไปด้านข้าง แล้วลากอีกเท้าหนึ่งมาชิด
ถ้าเคลื่อนที่ไปทางซ้าย ก้าวเท้าซ้ายลากเท้าขวามาชิด
ถ้าเคลื่อนที่ไปทางขวา ก้าวเท้าขวาลากเท้าซ้ายมาชิด

ข่าวปลอมให้แชร์มีเป็นร้อย ข้อความรุนแรงมีเป็นพัน
พนันออนไลน์หมดเป็นล้าน น่ากลัวใช่ไหม..
สแกน อะไร อย่าใจร้อน
ต้องเย็นไว้ก่อน ต้องชั่งใจ

3 ท่าโบก

การเคลื่อนส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย ให้เป็นรูปโค้ง
หรือแบบลูกตุ้มนาฬิกา

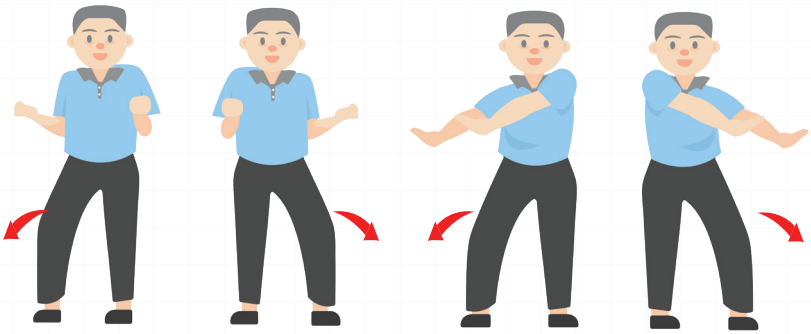
เอ๊ะๆ เอ๊ะนั่นอะไร
ที่พูดมา เกินจริงไปไหม(เราเชื่อได้ไหม)
เนื้อหาอะไรที่ไม่ใช่ ให้หนีไป..



4 ท่าก้าว-ชิด-ก้าว

การก้าวเท้าไปข้างหน้า ดึงอีกเท้าเข้าไปชิดเท้าแรก
ทิ้งน้ำหนักตัวไว้ที่เท้าหลัง แล้วก้าวเท้าแรกไปข้างหน้า
น้ำหนักตัวอยู่ที่เท้าหน้าเสมอ

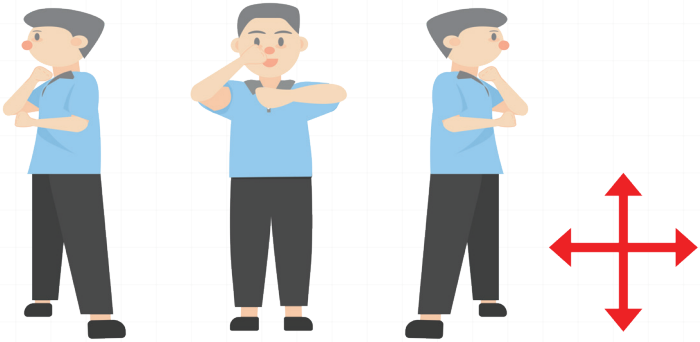
เอ๊ะ ๆ ถ้าคุณไม่แน่ใจ
มีใคร จะคุยกันได้ไหม (ก็ถามใครที่รู้)
เนื้อหา อะไรที่ไม่ใช่ ให้ร้องเรียน..



5 ท่าโยกเอว

การถ่ายน้ำหนักร่างกายส่วนหนึ่งส่วนใดไปยังอีกส่วนหนึ่ง
โดยส่วนทั้งสองจะต้องแตะพื้น คนละครั้งสลับกันไป

เอ๊ะๆ เอ๊ะ ที่พูดไป
ยังจำและทำตามได้ไหม
เนื้อหาอะไรที่ไม่ใช่ ให้ร้องเรียน
เนื้อหาอะไรที่ไม่ใช่ให้ร้องเรียน



6 ท่าหมุนมือ

การเคลื่อนไหวของร่างกาย ย่ำเท้าและหมุนมือเป็นวงกลม
ทำ 8 ครั้ง และ หันไปด้านข้าง ทำ 4 ทิศ

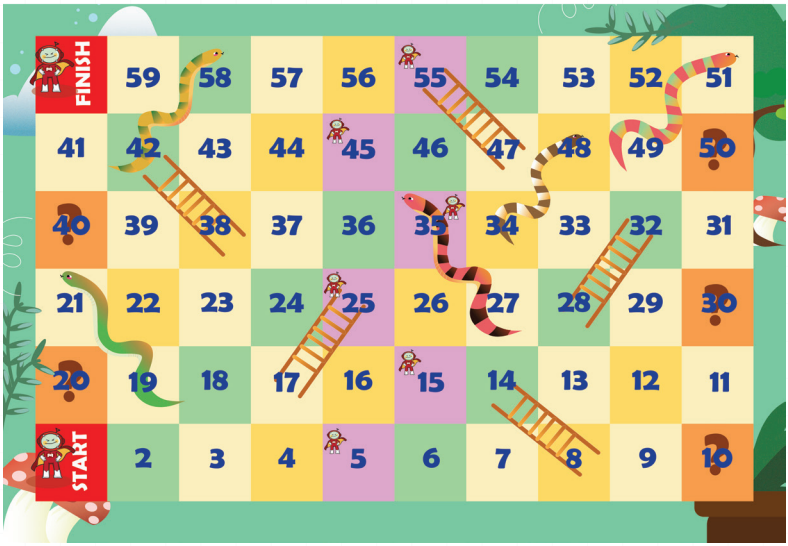
กิจกรรมที่ 3
บันไดงู รู้ทันสื่อ

สื่อ/อุปกรณ์

1. ไวนิลเกม บันไดงู รู้ทันสื่อ 60 ช่อง
2. ลูกเต๋า 1 ลูก
3. ตัวเดิน 5 ตัว หรือ คนยืน 5 คน
4. ใบคำถาม “รู้เท่าทันสื่อ”
5. โจทย์กิจกรรมนันทนาการที่กำหนด เช่น รำวงมาตรฐาน ร้องเพลงสามช่า ออกกำลังกายท่ายืดเหยียด ฯลฯ

บันไดงู รู้ทันสื่อ

เกม :



บันไดงู รู้ทันสื่อ
วัตถุประสงค์ : เพื่อสรุปผลการเรียนรู้และความเข้าใจของผู้เข้าร่วมอบรมในโครงการสูงวัย รู้สิทธิ ทันสื่อ ผ่านกิจกรรมเกมนันทนาการ

ตารางเกมบันไดงู รู้ทันสื่อ

1. แบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม

2. แต่ละกลุ่มตัวแทนจะทอยลูกเต๋า กลุ่มใดได้จำนวนแต้มมากที่สุดจะได้เล่นเกมก่อน และส่งต่อในกลุ่มถัดไปตามลำดับ

3. ผู้เล่นทำการทอยลูกเต๋าแล้วเดินไปตามช่องที่ทำไว้ตามแต้มบนลูกเต๋า หากตกช่องบันไดก็ให้ขึ้นไปสุดบันได หากตกช่องที่มีงู ให้ลงมาจากปากงูไปยังหางงู หากตกช่องที่มีข้อคำถามให้ตอบคำถาม หากตกในช่องที่มีใบกิจกรรมให้ปฏิบัติกิจกรรมตามที่เขียนไว้

4.ผู้เล่นผลัดกันทำเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ ผู้ชนะคือผู้เล่นที่เดินไปถึงเส้นชัยเป็นกลุ่มแรก

5. ผู้นำกิจกรรมสรุปกิจกรรม

MeLit
PROJECT