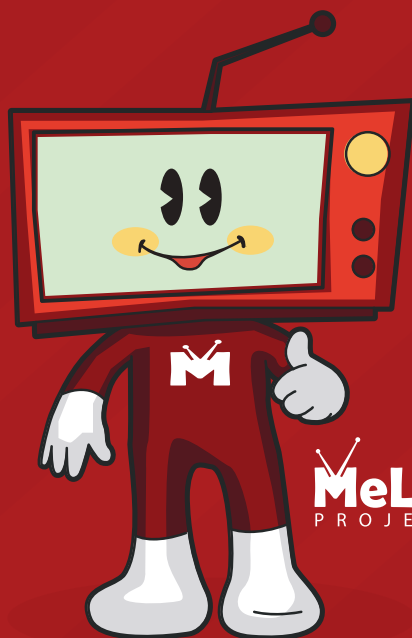


สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

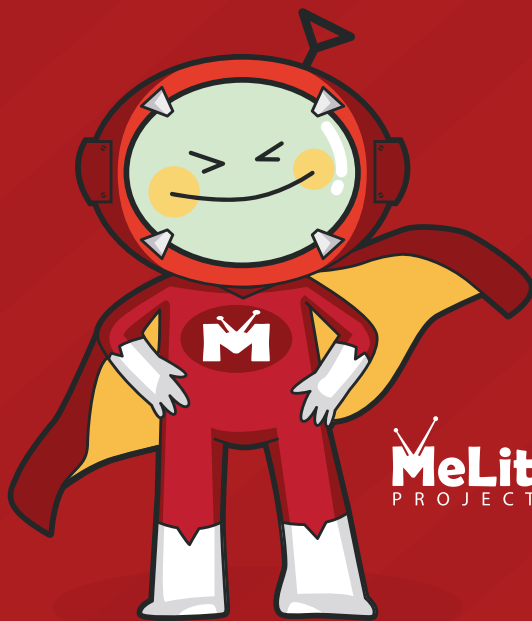
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

คู่มือ สูงวัย รู้สิทธิ ทันสื่อ





 **MeLit**
PROJECT



MeLit
PROJECT



■ สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียงและโทรทัศน์

■ โดย สำนักงาน กสทช.

1. นางสาวรุ่งตะวัน จินดาวัลย์ ผู้อำนวยการสำนักรับเรื่องร้องเรียน
และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการ
กระจายเสียงและโทรทัศน์
2. นางราตรี จุลศิริ ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมและพัฒนา
ความสามารถของผู้บริโภค

■ สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการ โทรคมนาคม

■ โดย สำนักงาน กสทช.

- ดร.ตรี บุญเจือ ผู้อำนวยการสำนักรับเรื่องร้องเรียน
และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการ
โทรคมนาคม

■ หัวหน้าโครงการ

ผศ.ดร.ศศิธร ยวโกศล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

■ ทีมบรรณาธิการ บรรณาธิการบริหาร

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



■ กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.พิชญานี พูนพล
ผศ.ดร.สุนทรตรี นิมนติพันธ์
อ.ดร.รัตน์วดี เศรษฐจิตร
อ.ดร.ธเนตร ตัญญวงษ์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

■ ข้อมูลการพิมพ์

ฝ่ายศิลป์/ออกแบบรูปเล่ม

อ.สุกษมณศรี ชุณหศิริรักษ์
นายปิยราชกูร์ สุริยะมงคล
นางสาวชญานิน สุระจร

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

■ จัดพิมพ์และเผยแพร่

สำนักريبเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง
และโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช.

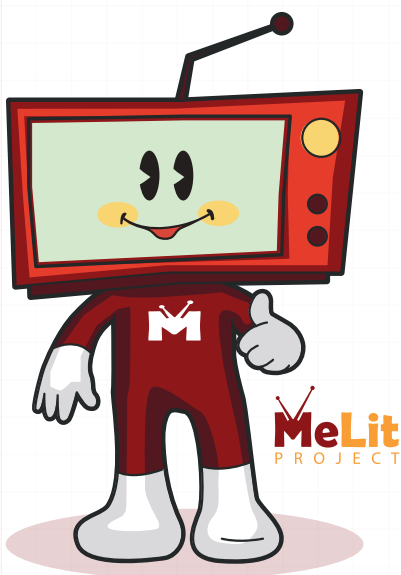
คู่มือ
สูงวัย
รู้สิทธิ
กันสื่อ



คำนำ

คู่มือสูงวัย รู้สิทธิ ทันสื่อ

เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสูงวัย รู้สิทธิทันสื่อ โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างทักษะและความสามารถในการใช้สื่ออย่างรู้ตัว ตื่นตัว และรู้เท่าทันแก่ผู้สูงอายุให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิของตนเอง ในฐานะผู้บริโภคสื่อ และสามารถป้องกันตนเอง จากสื่อได้รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย สร้างสรรค์ และเกิดประโยชน์ และสามารถมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังเนื้อหาสื่อที่เข้าข่ายผิดกฎหมาย หรือเป็นภัยต่อการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน



จุดมุ่งหมายของคู่มือฉบับนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางดำเนินกระบวนการจัดกิจกรรมอบรม ภายในคู่มือประกอบด้วย คำอธิบาย รายวิชา จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหา รูปแบบการ จัดกิจกรรม ใบกิจกรรม และแนวทางตอบใน กิจกรรม

ทางคณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือ ฉบับนี้ จะช่วยพัฒนาผู้สูงวัยให้มีทักษะและ สมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อในยุคที่สื่อ มีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี อย่าง

ก้าวกระโดด รวมถึง สร้างความรู้ ความเข้าใจ ในบทบาท สิทธิและหน้าที่การเป็นพลเมืองที่ดี ตลอดจนมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสื่อที่เหมาะสม ผ่านกิจกรรมที่สร้างสรรค์ภายในพื้นที่หรือ ในชุมชน

ผู้จัดทำ
สำนักบรรณกิจวิจัยและคุ้มครองผู้บริโภค
ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



กสทช.

MeLit
PROJECT

คู่มือ

**ผู้สูงวัย
รู้สิทธิ
ทันสื่อ**

สารบัญ

บทที่

01

ผู้สูงวัยรู้เท่าทันสื่อ
กับ 5 คำถามเอ๊ะ

หน้า

05

บทที่

02

ผู้สูงวัยรู้จัก (ใช้) สื่อ

25

บทที่

03

กฎหมายสื่อน่ารู้

55

บทที่

04

ผลกระทบจาก
สื่อไม่ปลอดภัย

85

บทที่

05

การมีส่วนร่วมในสื่อ

101

บรรณานุกรม

126

คู่มือกิจกรรม
สันตนาการ

127

บทที่ 1

ผู้สูงวัย รู้เท่าทันสื่อ กับ 5 คำถามเอ๊ะ

เป้าหมายของบท

- รู้จักและเข้าใจความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ
- สามารถใช้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้จากการใช้ 5 คำถามเอ๊ะ

เอ๊ะ

ใครสร้างเนื้อหา เรามีวัตถุประสงค์อะไร?

เอ๊ะ

เทคนิคอะไรทำให้เราสนใจอยากดูต่อ?

เอ๊ะ

เรารู้สึกยังไง เชื่อดีไหม ตัดสินใจอย่างไรดี?

เอ๊ะ

สื่อเขานำเสนอมีครบทุกมุมมองไหม?

เอ๊ะ

ผู้ผลิตสื่อได้ประโยชน์อย่างไร?



1 ความหมายและความสำคัญ ของการรู้เท่าทันสื่อ

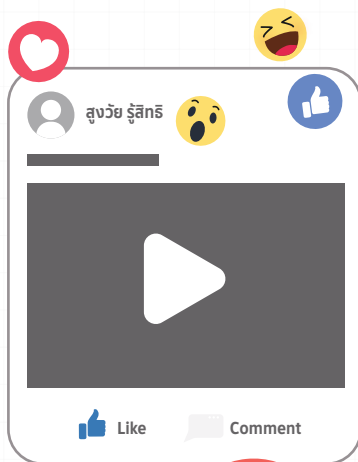
■ มารู้จัก

การรู้เท่าทันสื่อกันนะ

การรู้จักเลือกใช้สื่อทั้งโทรทัศน์ วิทยุและ
โซเชียลมีเดีย โดยไม่หลงเชื่อสื่อง่าย ๆ รู้จัก
ตั้งข้อสงสัย รู้จักตั้งคำถาม รู้จัก

แยกแยะ

ความจริงและความคิดเห็น รู้จัก



■ ทำไม

ผู้สูงวัยต้องรู้เท่าทันสื่อ

ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมีเป็นจำนวนมาก
มีความหลากหลายทั้งเนื้อหาและรูปแบบสื่อ
ผ่านโทรทัศน์ วิทยุ และโซเชียลมีเดีย
(Social Media) มีเทคนิค การนำเสนอที่
น่าสนใจกระตุ้นให้ผู้สูงวัยเปิดรับข้อมูล
ข่าวสารมากขึ้น แต่ไม่สามารถกลั่นกรอง
ได้และมีแนวโน้ม
ที่จะคล้อยตามหรือเชื่อตามที่สื่อ
ต้องการ



2

ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ผ่านคำถามเ็ะ 5 ข้อ เพื่อใช้ในการฝึกทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อคืออะไร ?

คือ ความสามารถในการใช้สื่อ 4 ด้าน



เลือกใช้สื่อเป็น

คือ การเลือกใช้สื่อและ
เทคโนโลยีดิจิทัล
ได้อย่างหลากหลาย



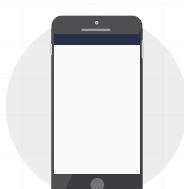
วิเคราะห์สื่อได้

คือ การตรวจสอบ
ความน่าเชื่อถือ ข้อเท็จจริง
และความคิดเห็นได้



ประเมินสื่ออย่าง เข้าใจ

คือ การแยกแยะข้อดี-ข้อเสีย
และประโยชน์ของสื่อได้



สร้างสรรค์สื่ออย่าง รู้เท่าทัน

คือ สามารถผลิตสื่อและส่งต่อ
ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้

ผู้สูงวัย จะรู้เท่าทันสื่อได้อย่างไร?

ง่าย ๆ กับ คำถาม 5 เ็ะ ก่อนเชื่อสื่อ

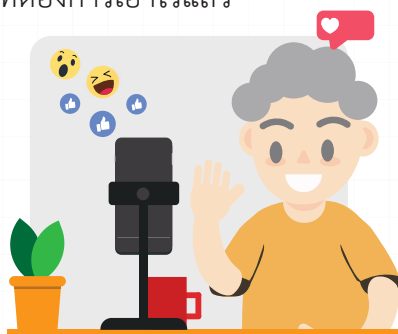
เ็ะที่ 1

ใครสร้างเนื้อหา เขามีวัตถุประสงค์อะไร?



สื่อ คือสิ่งประกอบสร้าง เพราะผู้ผลิตสื่อวางแผน ออกแบบการผลิตและกำหนดเป้าหมายที่ต้องการเอาไว้แล้ว

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



ผู้ผลิต กำหนดวัตถุประสงค์ว่าต้องการอะไรจากการนำเสนอ เช่น สร้างยอดขาย ใจให้รับตติสินใจด้วยโปรโมชัน โนมน้าใจให้เชื่อ สร้างกระแส เรียกร้องความสนใจ สร้างความขัดแย้ง เปลี่ยนแปลงความคิด ความคาดหวัง ความเชื่อ พฤติกรรมให้เป็นไปตามที่สื่อนำเสนอ



เอะที่ 2

เทคนิคอะไรทำให้เราสนใจอยากดูต่อ?

สื่อแต่ละชนิดมีเทคนิคและวิธีการสร้างความน่าสนใจ
การจูงใจให้เราติดตาม



สินค้า ออนไลน์



1 แคม 3

คุณแม่อัถรรพณ์ดังกัไธะ



ราคานี้ ไม่มีอีกแล้ว



Like



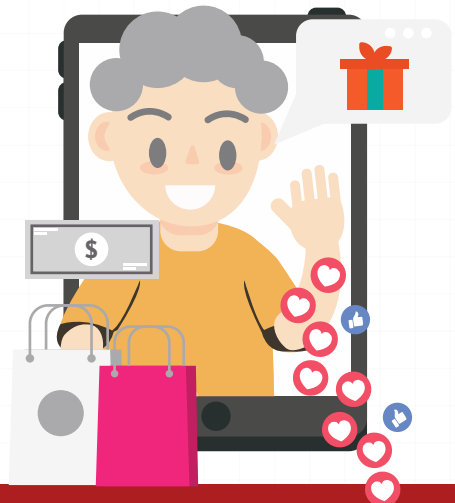
Comment

เทคนิค ในการจูงใจ เช่น สาสิตวิธี
การใช้งาน อธิบายบรรยายในเชิงวิชาการ
งานวิจัย มุมกล้องที่เน้นภาพหรือบุคคล
นำเสนอ สัญลักษณ์

ภาพ ที่ใหญ่ ข้อความขนาดใหญ่ สีสัน
สะดุดตา เสียงเพลงเร้าใจ เสียงประกอบ
เร้าอารมณ์ คำพูดเข้าใจง่าย ติดหู อุปกรณ์
ประกอบฉากเสื้อผ้า การแต่งกาย

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

การเล่าเรื่อง ให้เกิดการติดตาม เช่น
การเปรียบเทียบก่อนใช้-หลังใช้ วิธีการ
แก้ปัญหา เสี้ยวหนึ่งของชีวิต การตูนเล่าเรื่อง
บุคคลที่มีชื่อเสียง-ดารา-ผู้เชี่ยวชาญเล่าเรื่อง
ประโยชน์เกินจริง



เ็ะที่ 3

เรารู้สึกยังไง เชื่อดีไหม ตัดสินใจอย่างไรดี?

การตีความหมายจากสื่อ เรารู้สึกอย่างไรเมื่อเห็น ดู ฟัง เนื้อหาจากสื่อ

เปรียบเทียบความรู้สึกของเราว่าเหมือนหรือแตกต่างจากบุคคลที่แสดงในสื่อ เช่น เราก็มีอาการเหมือนที่สื่อนำเสนอ เรารู้สึกเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยตามสื่อที่นำเสนอ ถ้าเราเป็นคนนั้นก็น่าเห็นใจ เศร้าใจด้วยเช่นกัน คนที่นำเสนอไม่น่าเชื่อถือ

เปรียบเทียบและทำความเข้าใจบุคคลอื่นที่มองสื่อแตกต่างจากเรา การพยายามทำความเข้าใจและยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น เช่น แม้เขาจะคิดไม่เหมือนเรา แต่ก็รับฟังได้



เ็ะที่ 4

สื่อนำเสนอมีครบทุกมุมมองไหม?

การสื่อความหมายของสื่อ เป็นความพยายามสร้าง กระตุ้น โน้มน้าว ให้เชื่อ หรือเป็นไปตามมุมมองหรือค่านิยมที่สื่อต้องการนำเสนอ เช่น

สื่อ บอกว่า ใครและอะไรถูกนำเสนอ ด้านดี-ไม่ดี เป็นความพยายามนำเสนอ เพื่อโจมตีหรือปกป้องบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ภายใต้อำนาจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

สื่อ บอกว่า ใครและอะไรที่ไม่ถูกกล่าวถึง เป็นความพยายามในการนำเสนอข้อมูล เกี่ยวกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยไม่กล่าว ถึงอีกฝ่ายที่ได้เปรียบหรือเสียเปรียบ



สื่อ บอกว่า ทำไมคนกลุ่มนี้หรือสิ่งนี้ ถูกนำเสนอในด้านนี้ เป็นความพยายาม นำเสนอโดยชี้แนะและหาเหตุผลสนับสนุน การกระทำของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

สื่อ บอกว่า นำเสนอได้ครบถ้วน รอบด้าน ไม่มีอคติ เป็นความพยายามในการนำเสนอ โดยกล่าวอ้างว่า นำเสนอได้ครบทุกแง่มุม ของสังคม ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทุกฝ่าย ไม่แสดงความคิดเห็นที่เอนเอียงไป ด้านใดด้านหนึ่ง



เเจ้ที่ 5

ผู้ผลิตสื่อได้ประโยชน์อย่างไร?

ใครเป็นผู้ได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง
จากการนำเสนอของสื่อ



นักการเมือง

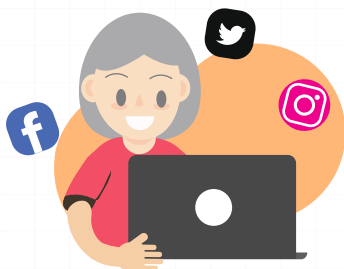
ได้สร้างอำนาจ
และอิทธิพลทางการเมือง



ผู้โฆษณาสินค้า

หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์

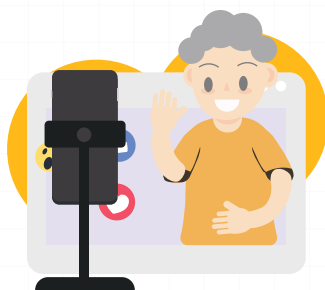
ได้รายได้และกำไรจากการขาย



เจ้าของสถานี

หรือผู้ผลิตสื่อ

ได้รายได้จากการโฆษณา



อินฟลูเอนเซอร์

ดารา ยูทูบเบอร์ ตี๊กต็อกเกอร์
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 แล้วให้สมาชิก ในแต่ละกลุ่มตอบ เพื่อรับฟังคำตอบของสมาชิก ในแต่ละกลุ่มจนครบ 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 ระบบโรงพยาบาลล้ม ท่ามอทะเลาะคนไข้

: เครดิต onenews31

1. ใครสร้างเนื้อหาและเขามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

แนวทางคำตอบ

- ใครคือผู้สร้างเนื้อหา เช่น ผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าว ดิ็กต็อกเกอร์
สำนักข่าว ดารา
- ข่าวมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร เช่น สร้างความขัดแย้งระหว่างโรงพยาบาล
กับคนไข้ สร้างความเห็นใจต่อคนไข้ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ
ระบบของโรงพยาบาล...

2. เทคนิคอะไรที่ทำให้คุณอยากดูข่าวจนจบ เพราะอะไร

แนวทางคำตอบ

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

3. ดูข่าวแล้วรู้สึกอย่างไร เชื่อดีไหม อยากทำอะไรต่อ

แนวทางคำตอบ

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

4. ชื่อนำเสนอเนื้อหาได้ครบถ้วนหรือไม่

แนวทางคำตอบ

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

5. ผู้ผลิตสื่อได้รับประโยชน์อะไรบ้าง

แนวทางคำตอบ

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

กิจกรรมที่ 2

เปิดคลิปโฆษณา

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1

เปิดคลิปโฆษณา ดูจนจบ (1 นาที)

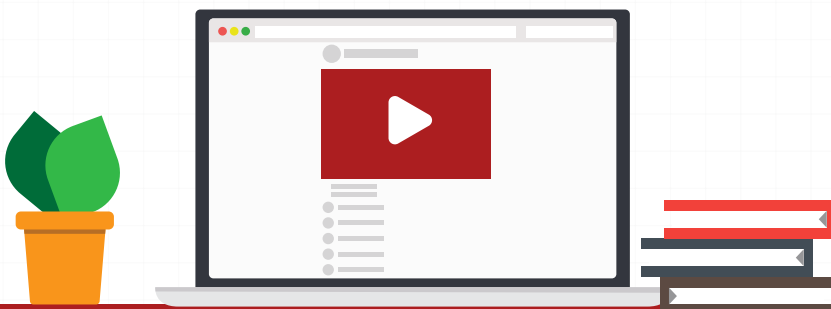
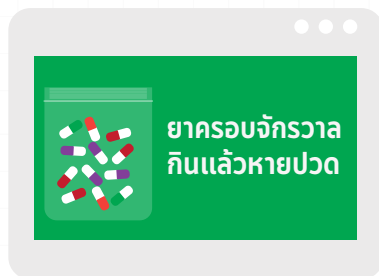
2

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 ตีจริง...ฟรีเมียมจริง...
หรือมีดีแค่การตลาด?**

: เครดิต k.gorawit เกสซ์พีเอ็ม

1. ใครสร้างเนื้อหาและเขามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

แนวทางการ์ตอบ

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

2. เทคนิคอะไรที่ทำให้คุณอยากดูโฆษณาจบ เพราะอะไร

แนวทางคำตอบ

- อยากดูจนจบเพราะเนื้อหาน่าสนใจตรงกับโรคที่กำลังเป็น กำลังหาตัวช่วยแก้อาการ
- ผู้นำเสนอเป็นที่น่าเชื่อถือ
- ไม่อยากดู เพราะไม่ตรงกับโรคที่เป็น ไม่รู้จักคนที่น่าเสนอ...

3. ดูโฆษณาแล้วรู้สึกอย่างไรเชื่อดีไหมอยากทำอะไรต่อ

แนวทางคำตอบ

- เชื่อว่าช่วยลดอาการปวดเข้าได้ ตัดสินใจซื้อ
- ยังไม่เชื่อว่ารักษาได้จริง หาข้อมูลเพิ่มเติม (ถามเพื่อน คนรู้จัก ถามหมอ ดูจากโซเชียลอื่น...)
- ไม่แน่ใจ ขอหาข้อมูลก่อน
- น่าเชื่อถือ เพราะโฆษณาผ่านรายการโทรทัศน์ชื่อดังหลายรายการ/ มีดารา / ผู้เชี่ยวชาญ ให้การรับรอง ผลิตภัณฑ์มีคนแนะนำและกล่าวถึงมากในดึกตอก
- บอกสรรพคุณโอ้อวดเกินจริง เพราะอาหารไม่ใช่ยา รักษาโรคไม่ได้



4. โฆษณานำเสนอเนื้อหาได้ครบถ้วนหรือไม่

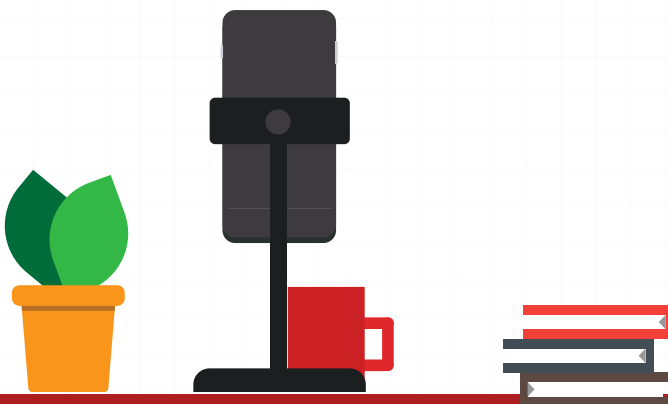
แนวทางการ์ตอบ

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

5. ผู้ผลิตสื่อโฆษณาได้รับประโยชน์อะไรบ้าง

แนวทางการ์ตอบ

- ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้นได้รับความสนใจ
- ผู้โฆษณาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น มีรายได้จากยอดขาย
- เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้รายได้จากการขาย
- ความน่าเชื่อถือของผู้โฆษณามีอำนาจในการโน้มน้าวให้เชื่อตามสรรพคุณที่กล่าวอ้าง
- ...



บทสรุป

1. สื่อคือสิ่งประกอบสร้างเพราะมีการวางแผน การออกแบบ และกำหนดเป้าหมายไว้แล้ว

- มีการออกแบบฉาก เตรียมข้อมูลและวิธีการนำเสนอว่าต้องการให้ผู้รับชมเห็น ได้ยิน มีความเชื่อและคล้อยตาม

2. สื่อแต่ละชนิดจะมีเทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจแตกต่างกัน

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



3.ความรู้สึกที่แต่ละคนมีต่อสื่อแตกต่างกัน นั่นคือ บุคคล มีการตีความหมายสื่อต่างกัน

- บางคนเชื่อแล้วซื้อทันที บางคนไม่เชื่อ แต่ไปหาข้อมูลเพิ่มเติม บางคนไม่เชื่อเพราะเชื่อว่าเป็นโฆษณาเกินจริง ไม่มีอาหารเสริมที่กินแล้วรักษาหายได้

4.การนำเสนอของสื่อพยายามสร้างมุมมอง ความเชื่อ ค่านิยมให้เกิดความคล้อยตามสื่อ (บอกไม่ครบถ้วน / นำเสนอด้านเดียว)

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

5.ผู้ผลิตสื่อย่อมได้รับผลประโยชน์จากการนำเสนอสื่อ ไม่ว่าจะเป็น รายได้ กำไร ชื่อเสียง ความนิยม



**ผู้สูงอายุคือพลังสำคัญของสังคม
จำเป็นต้องติดตามตรวจสอบการรู้เท่าทันสื่อ
เพื่อส่งเสริมให้เป็นนักสื่อสารที่ส่งต่อ
ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง**

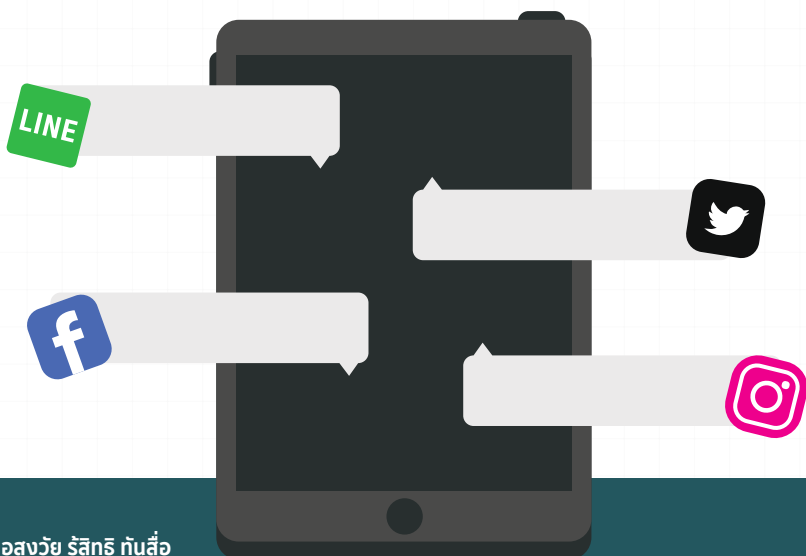


บทที่ 2

ผู้สูงวัยรู้จัก (ใช้) สื่อ

เป้าหมายของบท

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



1 มารู้จักสื่อกัน

สื่อตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี หากแบ่งประเภทของสื่อตามลักษณะช่องทางการเผยแพร่สามารถแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ (สำหรับกรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์, 2566) ได้แก่

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

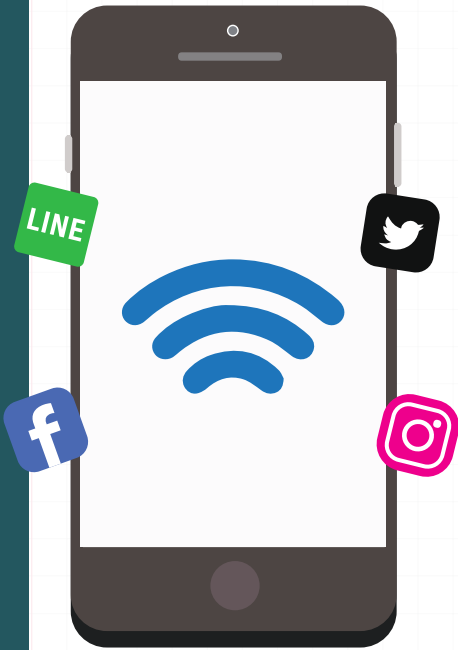


สื่อสิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ สื่อสิ่งพิมพ์ทำให้การสื่อสารผ่านสื่อเผยแพร่ออกไปได้กว้างและไกลมากขึ้น ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว จดหมายข่าว หนังสือ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ นอกจากนี้ในช่วงหนึ่งเรานิยมสื่อสารกันผ่านการส่งไปรษณีย์ เช่น จดหมายแจ้งของหน่วยราชการ ธนาคาร ฯลฯ



สื่อออกอากาศ

เป็นการสื่อสารผ่านช่องทางของคลื่นวิทยุและดาวเทียมสามารถกระจายข้อมูลได้ในวงกว้างถึงผู้ชมผู้ฟังที่อยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งผู้ผลิตเนื้อหามักเป็นองค์กรสื่อที่ต้องอาศัยเทคนิคการผลิตที่ซับซ้อน



สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล

คือสื่อที่ใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์รวมถึงสื่อที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer) และอินเทอร์เน็ต (Internet) ทำให้การสื่อสารทำได้สะดวกมากขึ้น ก้าวข้ามข้อจำกัดของเวลาและสถานที่ และยังเปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้เป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น อุปกรณ์สื่อสารที่สำคัญเช่น โทรศัพท์ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) เพจเจอร์ (Pager) คอมพิวเตอร์ แทปเล็ต (Tablet) ส่วนช่องทางการสื่อสารที่รู้จักกันดี ได้แก่ เว็บไซต์ (Website) และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) ดิกต็อก (TikTok) ไลน์ (LINE) ฯลฯ



นอกจากนี้ในชุมชนเอง ยังมีสื่อชุมชน หรือสื่อท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อติดต่อสื่อสาร แจ้ง และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของผู้ที่อยู่ในพื้นที่ มีความใกล้ชิดกับคนในชุมชน ใช้งานได้อย่างง่าย สะดวก และมักมีการจัดการและเป็นเจ้าของโดยชุมชนเอง เช่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน การจัดเสียงตามสาย ฯลฯ



พัฒนาการของสื่อได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการสื่อสารทั้งในระดับบุคคล และองค์กร จากสื่อที่สื่อสารได้ในวงจำกัดระหว่างบุคคลพัฒนาไปจนสามารถสื่อสารไปยังคนจำนวนมากในเวลารวดเร็ว 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 ซึ่งมีผลกระทบต่อความน่าสนใจ ความเด่น ต่อผู้ชม ในการนำเสนอข่าวออกสู่สาธารณะ เน้นหลักการคือ ความถูกต้อง ความสมดุล ความเที่ยงตรงและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย แต่ในยุคที่สื่อเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งช่องทางการเผยแพร่ที่มีความหลากหลาย การพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่



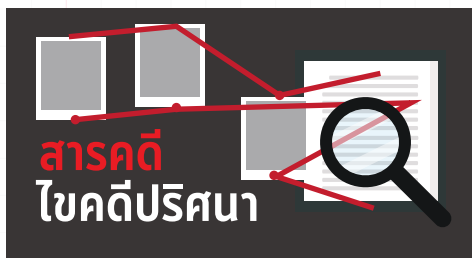
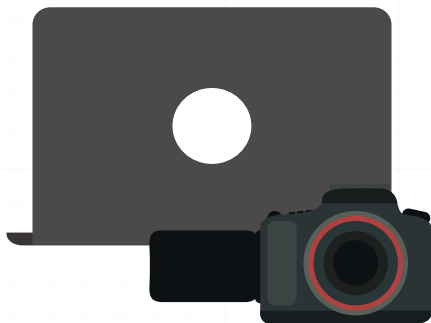
THE NEWS

ข่าวด่วนทันปัจจุบัน



ทำให้เกิดการแข่งขันสูงในการนำเสนอข่าวเพื่อแย่งชิงผู้ชม มีการปรับรูปแบบการนำเสนอในลักษณะของการเล่าข่าวที่มีการใส่ความคิดเห็นส่วนตัวกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมหรือคล้อยตามจึงอาจนำไปสู่ความผิดพลาดในการนำเสนอ การขาดจริยธรรมของผู้ทำงานข่าว และทำให้การประเมินความน่าเชื่อถือของข่าวแต่ละชิ้นเป็นเรื่องที่ยาก

สารคดี คือ เสนอเรื่องราวของความจริง ข้อมูลความรู้ เรื่องราวเชิงเจาะลึกที่ศึกษาข้อมูลอย่างรอบคอบ มุ่งเน้นให้สาระ ความรู้ มุมมอง ความคิด ความกระจ่าง ส่วนความสนุกสนาน เพลิดเพลินนั้นเป็นเป้าหมายรองมีการสร้างสรรค์องค์ประกอบภาพและเสียง ทำให้เกิดการจับจินตนาการ สร้างอารมณ์ น่าเชื่อถือ และน่าติดตาม



อย่างไรก็ตาม สารคดีมีการสอดแทรกความหมาย ทักษะ ค่านิยม คุณค่า ต่าง ๆ อยู่เช่นกัน เช่น สารคดีเกี่ยวกับชนเผ่า ผู้ผลิตอาจสอดแทรกอคติการเล่าเรื่อง ไม่ครบทุกแง่มุม นำไปสู่มุมมองที่บิดเบือนหรือไม่ถูกต้องต่อกลุ่มชนเผ่าได้ รวมถึงบางครั้งสารคดีอาจมีภาพความรุนแรงหรือไม่เหมาะสมปรากฏอยู่ด้วย

รายการปกิณกะ

นำเสนอความบันเทิง โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอ โดยมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจ สร้างความสนุกสนาน บันเทิงให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่แตกต่างกันหลากหลาย เช่น รายการแสดงดนตรี และร้องเพลง รายการแสดงตลก รายการเกมโชว์ รายการเรียลลิตี้โชว์ รายการเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ฯลฯ



สิ่งที่ผู้ชมควรพิจารณาจากการรับชมรายการประเภทนี้ คือ ความไม่เหมาะสมของเนื้อหา ประเภทความรุนแรง หยาดคาย ลามก เช่น การกลั่นแกล้ง ทารุณสัตว์ การแต่งกายโป้เปลือย ในรายการ ฯลฯ การขาดจริยธรรม ในการปฏิบัติต่อผู้ร่วมรายการ เช่น เยาะเย้ย กลั่นแกล้ง ดุถูก ล้อเลียน ฯลฯ รวมถึงโฆษณาแฝงที่แทรกอยู่ในรายการ เช่น การตั้งโชว์สินค้า แผ่นป้ายโฆษณาที่แฝงอย่างแนบเนียน ฯลฯ



ละคร คือ รูปแบบรายการประเภทบันเทิง มีบทละครและเรื่องราวซึ่งอาจเป็นเรื่องแต่ง หรือดัดแปลงจากเรื่องจริง มีการกำหนดตัวนักแสดง ใช้เทคนิคการถ่ายทำ การแต่งหน้าตา และแต่งกายให้สมจริงตามเนื้อหาเรื่อง โดยละครมีเป้าหมายมุ่งเน้นความบันเทิงเป็นหลัก แต่อาจสอดแทรก ความรู้ แนวคิด ค่านิยมจากเนื้อหาของเรื่องที่บางครั้งขัดต่อศีลธรรมจรรยา หรือผิดกฎหมาย เช่น แต่งกายวาบหวาม ยอมรับความรุนแรงต่อผู้อื่น เลียนแบบความพึงพอใจ พระเอกข่มขืนนางเอก ฯลฯ รวมถึงมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับผู้ชมที่เป็นเด็กหรือเยาวชน เช่น ภาพน่ากลัวหวาดเสียว ลามก อนาจาร คำพูดที่ก้าวร้าวรุนแรง ฯลฯ

การโฆษณา เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อกระตุ้นจิตใจให้ลูกค้าผู้บริโภคสนใจ รู้จัก และเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ โดยเจ้าของจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ของตน ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อบุคคล สื่อหลักเดิม และสื่อใหม่



ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะด้านสุขภาพ อาทิ ยา ผลิตภัณฑ์ อาหาร เครื่องสำอาง มักใช้แนวทางสื่อสารการตลาดด้วยวิธีโฆษณาสรรพคุณเกินความจริง ด้วยคำ หรือภาพที่ทำให้ผู้ป่วยโรคเรื้อรังและผู้สูงวัยที่ต้องการดูแลสุขภาพ เช่น ไร้ผลข้างเคียงเห็นผลเร็ว ลดความอ้วน เพิ่มกำลังวังชา ลดความเจ็บปวด ฯลฯ รวมถึงกลยุทธ์จัดโปรโมชั่น(Promotion) เช่น ซื้อสามแถมหนึ่ง ซื้อภายในเวลาที่กำหนด จะได้ของแถมหรือลดราคาเพิ่ม



กลยุทธ์ทางการตลาดหลากหลายแบบเกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการของตน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาสื่อโฆษณาให้ละเอียดรอบคอบว่ามีการให้ข้อมูลที่แท้จริงหรือมีโฆษณาชวนเชื่อเกินจริงหรือแอบแฝงค่านิยมความคิดใด เพราะอาจเกิดผลเสียหายมีอันตรายต่อผู้บริโภค หรือผลกระทบต่อพฤติกรรม เช่น ทำลายสุขภาพ เสี่ยงทรัพย์สิน พฤติกรรมเลียนแบบในทางไม่เหมาะสม ฯลฯ



ตัวอย่างการโฆษณาเกินจริง :

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



สมุนไพร แคปซูล xxxx
ช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อย

- ▶ **ปวดกล้ามเนื้อ**
แก้อาการปวดเข่า ปวดขา
- ▶ **แก้อาการปวดตามข้อ**
มือชา เท้าชา
- ▶ **ปวดหลังปวดเอว**
อัมพฤกษ์ อัมพาต
- ▶ **แก้ปัญห** อาการหอบหืด
- ▶ **ภูมิแพ้** การปวดเมื่อย

ทำให้มีกำลังวังชาอาการเจ็บปวดต่าง ๆ
เหล่านั้นเริ่มลดน้อยลงได้

อ้างอิงจาก : สำนักวิจัยเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค
ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (2566)

<https://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2021-08-12-22-36-12>

โฆษณาแฝง เป็นอีกกลยุทธ์การตลาดที่ใช้การจัดวางสินค้า หรือโลโก้แฝงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหารายการเพื่อเพิ่มการมองเห็นสินค้าและกระตุ้นใจผู้บริโภคโดยที่ผู้บริโภคอาจไม่รู้ตัวว่ากำลังได้รับเนื้อหาโฆษณา เช่น ให้นักแสดงใช้สินค้าและหันโลโก้ (Logo) ให้เห็นชัดเจนในฉากละคร การตั้งสินค้าที่มีโลโก้ไว้บนโต๊ะอ่านข่าวและพูดถึงสินค้านั้น ฯลฯ ซึ่งต่างจากโฆษณา (ตรง) ที่ผู้บริโภครู้ และเลียงรับชมได้



การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ



การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อประเภทต่างๆ เป็นทักษะสำคัญสำหรับการรู้เท่าทันสื่อ ผู้รับสารควรเข้าใจวัตถุประสงค์และบทบาทของเนื้อหาสื่อที่รับชมซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจเบื้องหลังของการนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้นเพื่อสามารถประเมินความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสมในการนำเสนอสิ่งที่แอบแฝงอยู่ในเนื้อหา และผลกระทบทั้งทางบวกและลบต่อตนเองและสังคม

3

โซเชียลมีเดีย สื่อใหม่ขวัญใจสูงวัย

สื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียมีประโยชน์มากมายต่อผู้สูงวัย ทั้งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร เรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ติดต่อกับบุคคลอื่น รวมกลุ่มทางสังคมกับเพื่อนหรือครอบครัว คลายเหงา แก้เบื่อ ทำธุรกรรมการเงิน รวมถึงซื้อขายสินค้า



ยาครอบครัว



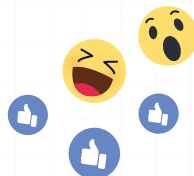
แต่สื่อใหม่ก็มีผลทางลบได้ เช่น ผลเสียต่อสุขภาพสายตา ปวดนิ้ว คอ บ่า ไหล่ ใช้เวลาเกินไปจนขาดการออกกำลังกาย ใช้ก่อนเข้านอนทำให้นอนไม่หลับ ขาดการพูดคุยสนทนากับคนใกล้ชิด ได้รับข้อมูลปลอม บิดเบือน หลอกลวง จนอาจสูญเสียทรัพย์สินหรืออันตรายต่อชีวิต



Like



Comment



โซเชียลมีเดียยอดนิยม ของผู้สูงอายุ

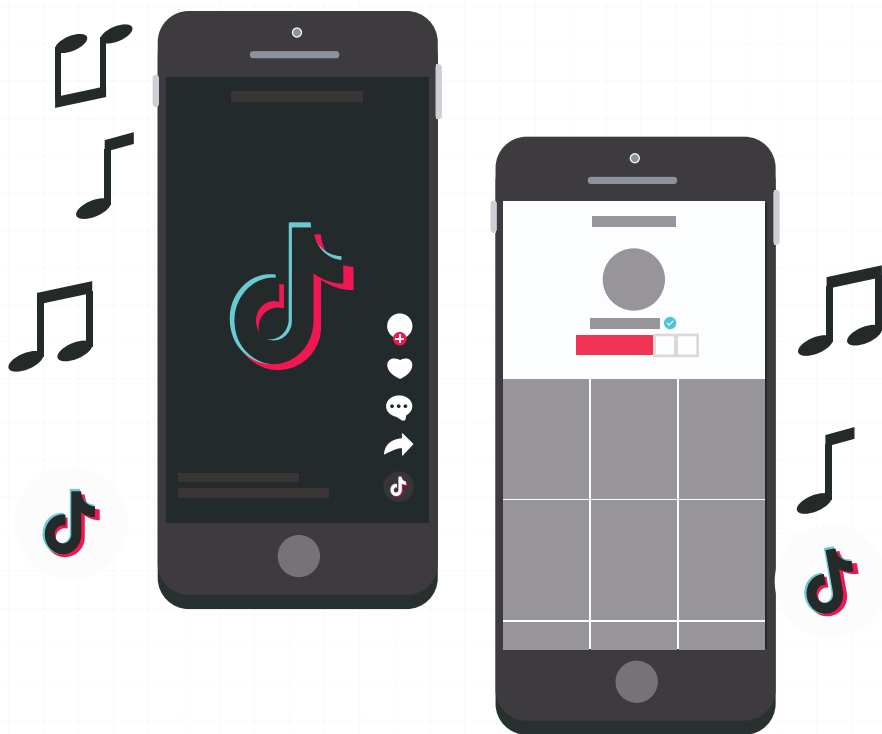
ไลน์ (Line) แอปพลิเคชันสำหรับการส่งข้อความทันทีบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนข้อความ ภาพ วิดีโอ และเสียง ให้บริการการสนทนา และการประชุมทางวิดีโอ นอกจากนี้ ยังมีบริการอีกหลายอย่าง เช่น กระเป๋าเงินดิจิทัล Line Pay, ข่าวใน LINE Today และร้านขายของออนไลน์



เฟซบุ๊ก (Facebook)

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

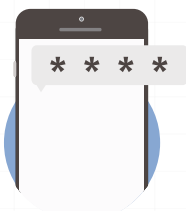
ติ๊กต็อก(TikTok) มีวัตถุประสงค์สำหรับสร้างและเผยแพร่วิดีโอสั้น ๆ แบบออนไลน์เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้เข้ามารับชม ภายในแอปพลิเคชันมีทั้งเสียง ภาพ กราฟิก (Graphic) ตกแต่งต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ใช้งานสนุกไปกับการตกแต่งวิดีโอได้ตามต้องการ ผู้เข้าชมติ๊กต็อกจึงเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่สนใจเนื้อหาบันเทิงเป็นหลักแต่ผู้ใช้งานบางกลุ่มก็สร้างเนื้อหาอื่นๆด้วย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



เอ๊ะ

ก่อน! : การทำงานของโซเชียลมีเดียจะมีการเก็บข้อมูลและพฤติกรรมของผู้ใช้ เช่น บุคคลที่พูดคุยด้วย เวลา ความถี่ เนื้อหาที่ดูและมีการโต้ตอบ อุปกรณ์เชื่อมต่อที่ใช้ หลังจากประมวลผลแล้วจะส่งเนื้อหาที่สอดคล้องกับความสนใจกลับมาเสนอผู้ใช้งานอีกครั้ง

ใช้โซเชียลมีเดียอย่างไร ให้สบายใจปลอดภัย



1) อย่าส่งรหัสผ่านหรือแชร์รหัสผ่าน
เข้าโซเชียลมีเดียกับผู้อื่นเพราะอาจถูก
สวมรอยได้



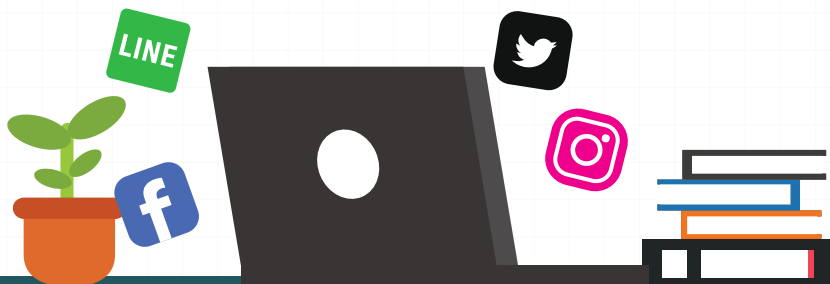
2) อย่าทำธุรกรรมการเงินกับคนไม่รู้จัก
(ไม่ทำตาม รอลูกหลาน สอบถามผู้รู้)
มีจาช์พอาจหลอกใช้เป็นบัญชีม้ารับเงิน
และโอนต่อให้ผู้อื่นหรืออาจหลอกให้
สูญเสียเงิน



3) เปิดเผยข้อมูลในโซเชียลมีเดียเท่า
จำเป็น เพื่อป้องกันไม่ให้มีจาช์พ
นำข้อมูลไปแอบอ้างใช้ทำธุรกรรม



4) รู้วิธีดูโปรไฟล์ปลอมเบื้องต้น

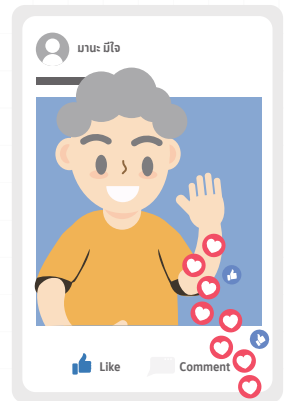


ใช้โซเชียลมีเดียอย่างไร ให้ห่างไกลจากมิจฉาชีพ



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

1 ตรวจสอบโปรไฟล์ว่ามีคนกดรับเป็นเพื่อน อยู่ไหม มีใครมากดไลค์ หรือพูดคุยด้วย ใหม ถ้ามีน้อย หรือ ถ้าประวัติดูหุหุร่าร้าย รวย เกินไปมาก ให้สงสัยไว้ก่อน



2 วิดีโอคอล เพื่อตรวจสอบยืนยัน ตัวบุคคลว่าเหมือนรูปโปรไฟล์ หรือไม่ ถ้าไม่ยอมคุยด้วย อาจ เพราะจะมาหลอก

3 ตรวจสอบประวัติบัญชีมิจฉาชีพ ที่เว็บไซต์ <https://www.blacklistseller.com/>

เเ๊ะ

ก่อน! : หากไม่มั่นใจว่าใช้ตัวจริงหรือไม่ ให้ “หยุดคุย บล็อกทิ้ง แจ้งคนไว้วางใจได้”





4

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

5

รู้จักตั้งค่าโปรไฟล์หรือบัญชีผู้ใช้ของตนเอง การปกป้องบัญชีโซเชียลมีเดียโดยไม่เปิดเผยเป็นสาธารณะ หรือตั้งค่าให้เฉพาะเพื่อนดูได้ เพื่อความปลอดภัย และหากสงสัยว่ามีใครมาแอบเข้าใช้บัญชีโซเชียลมีเดียของคุณ ให้เปลี่ยนรหัสผ่านใหม่ทันที



6

ติดตามข่าวสารกลโกงอย่างสม่ำเสมอ เพราะมิจฉาชีพมักมีวิธีการใหม่ๆ มาหลอกเหยื่อ





ตั้งค่าโปรไฟล์หรือ บัญชีผู้ใช้ของคุณ

บัญชีเฟสบุ๊ค

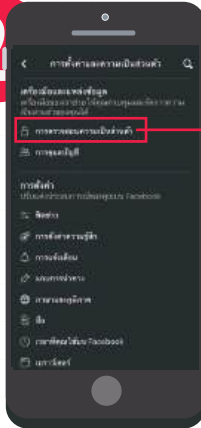


1



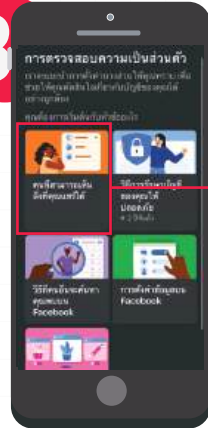
เข้าที่เมนู และเลือกรูปเฟือง
หรือไอคอนตั้งค่าด้านบน
ของโทรศัพท์

2



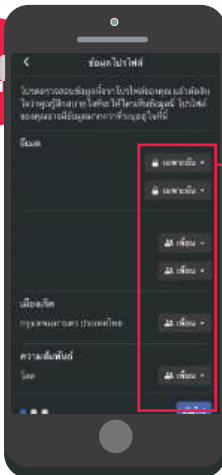
เลือก“การตรวจสอบ
ความเป็นส่วนตัว”

3



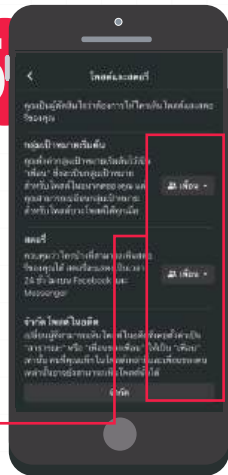
เลือก“คนที่สามารถเห็น
สิ่งที่คุณแชร์ได้” และเลือก
“ดำเนินการต่อ”

4



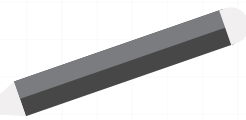
เลือกตั้งค่าการเปิดเผยข้อมูลกับกลุ่มคน
ที่ต้องการ โดยเลือกเปลี่ยนแปลงจาก
แถบตัวเลือก เช่น สาธารณะ เพื่อนเฉพาะ
ฉัน

5



ผู้ใช้งานตั้งค่าเลือกได้ว่าให้ใครบ้างสามารถ
เห็นโพสต์ข้อความ รูปภาพหรือวิดีโอ แต่ละ
รายการของตน โดยเลือกที่จุดสามจุด
ด้านขวาของโพสต์จากนั้นคลิกเลือก
“แก้ไขความเป็นส่วนตัว” หน้าจอจะปรากฏ
ตัวเลือก“ใครบ้างที่สามารถเห็นโพสต์ของคุณได้”

บัญชีติดตอก



1



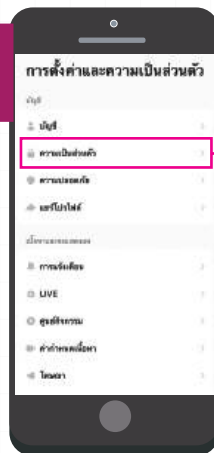
เข้าหน้าโปรไฟล์
และเลือกขีดสามเส้น

2



เลือกการตั้งค่าและความเป็นส่วนตัว

3



เลือกความเป็นส่วนตัว

4

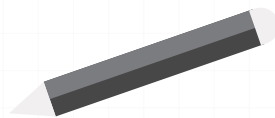


ไปที่ ความเป็นส่วนตัว

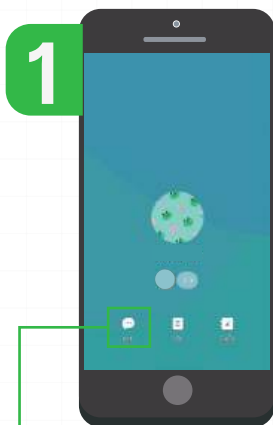
5



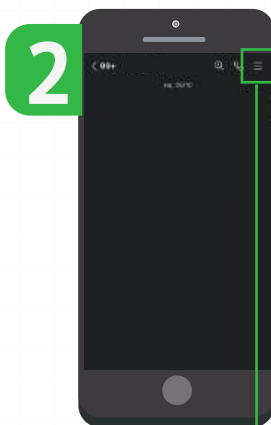
เปิดหรือปิด บัญชีส่วนตัว



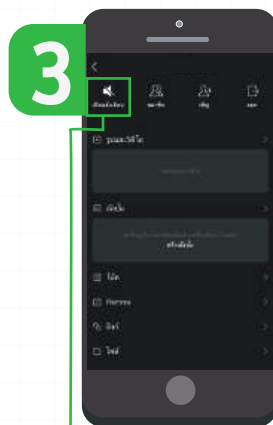
ปิดเสียงเตือนข้อความทั้งจากแชตส่วนตัว หรือแชตกลุ่ม



1 เปิดเข้าไปยังกลุ่มไลน์ที่ต้องการปิดเสียงแจ้งเตือน

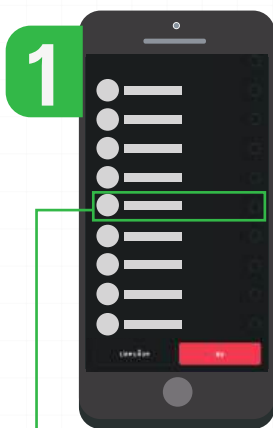


2 เลือกขีดสามขีด ที่มุมบนขวา

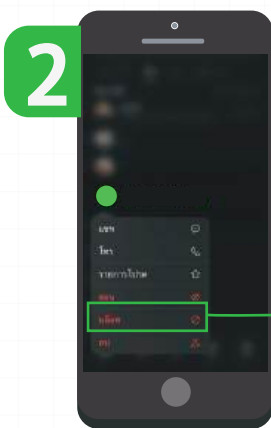


3 เลือกที่ คำสั่ง ปิดแจ้งเตือน (Mute)

บล็อกผู้ใช้งานที่ไม่ต้องการ



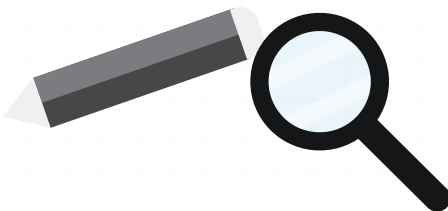
1 เลือกที่แท็บ “หน้าหลัก” จากนั้นเลือกที่ “เพื่อน”



2 เลือกค้างที่เพื่อนที่ต้องการบล็อก

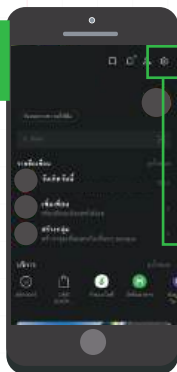


3 เลือกที่ “บล็อก” และกด “บล็อก”



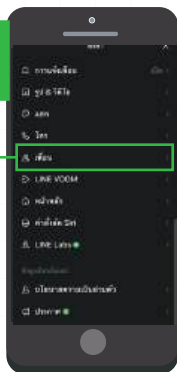
ขั้นตอนการปลดบล็อก

1



เลือกที่แท็บ “หน้าหลัก”
ไปที่ “ตั้งค่า”

2



เลือกที่ “เพื่อน”

3



เลือกที่ “บัญชีที่บล็อก”

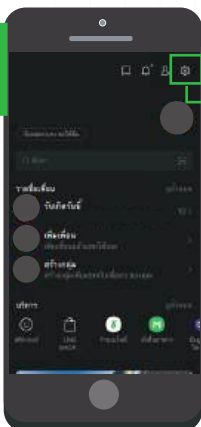
4



เลือกที่ “ปลดบล็อก”
และกด “ปลดบล็อก”

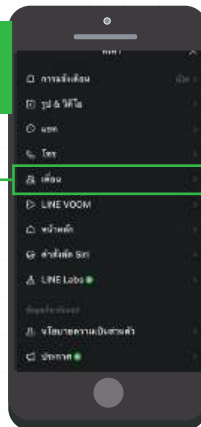
ปิดการตั้งค่าเพิ่มเพื่อนจากเบอร์โทรศัพท์อัตโนมัติ และป้องกันไม่ให้คนอื่นแอดเพิ่มเพื่อนจากรายชื่อ

1



ไปที่เมนู ตั้งค่า

2



เลือก เพื่อน

3



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

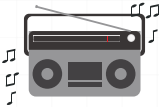
สื่อ / อุปกรณ์

1. คลิปวิดีโอประกอบกิจกรรม
2. ใบกิจกรรม 1 ใบ
3. ปากกา

ระยะเวลาที่ใช้ 15 นาที

ใบกิจกรรมที่ 1

โปรดวงกลมสื่อที่ท่านพบจากการคลิปวิดีโอที่ชมไป

สื่อบุคคล	สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร	สื่อออกอากาศ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล	สื่อชุมชน
				
				
				
				
				
				
				
				

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

มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

กิจกรรมที่ 2 ใช้สื่ออย่างปลอดภัย สบายใจวัยเก๋า ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1

จัดกลุ่มผู้อบรมแบบจับคู่ หรือ แบ่งเป็นกลุ่มเล็กๆ

2

ให้ผู้ที่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกลุ่มให้นำขึ้นมา

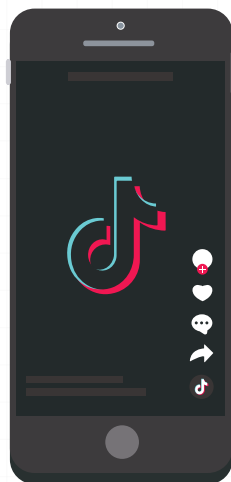
3

ฝึกตรวจเช็คการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวต่าง ๆ บนเฟซบุ๊ก
ติ๊กต็อก หรือ ฝึกตั้งค่าการใช้งานบัญชีไลน์ โดยมีพี่เลี้ยง
เป็นผู้คอยให้คำแนะนำหากผู้อบรมไม่มีโทรศัพท์แบบ
สมาร์ทโฟน สามารถช่วยกันกับเพื่อนได้

สื่อ / อุปกรณ์

1. โทรศัพท์สมาร์ทโฟน
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

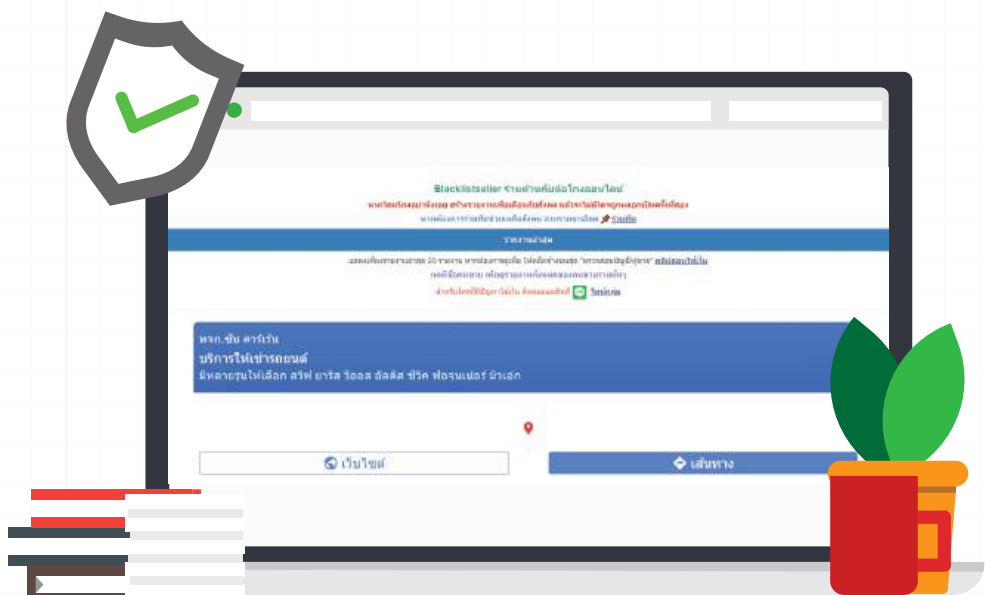
เนื้อหาในภาพต่อไปนี้เป็นเนื้อหาประเภทใด มีเป้าหมายใดในการนำเสนอ และสิ่งใดที่ต้องคำนึงถึงเมื่อรับเนื้อหาเหล่านั้น

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

	ละคร	ให้ความบันเทิง	ความเหมาะสม ของเนื้อหา (ไม่รุนแรง ไม่หยาบคาย ไม่ลามก) คำนิยมที่แฝงอยู่
	ละคร	ให้ความบันเทิง	ความเหมาะสม ของเนื้อหา (ไม่รุนแรง ไม่หยาบคาย ไม่ลามก) คำนิยมที่แฝงอยู่
	ปกิณกะ	ให้ความบันเทิง	ความเหมาะสม ของเนื้อหา (ไม่รุนแรง ไม่หยาบคาย ไม่ลามก) คำนิยมที่แฝงอยู่

	ปณิกะ	ให้ความบันเทิง	ความเหมาะสม ของเนื้อหา (ไม่รุนแรง ไม่หยาบคาย ไม่ลามก) ค่านิยมที่แฝงอยู่
	สารคดี	ให้สาระ ความรู้ มุมมองความคิด	ความถูกต้องของ ข้อมูล จริยธรรม ในการนำเสนอ
	สารคดี	ให้สาระ ความรู้ มุมมองความคิด	ความถูกต้องของ ข้อมูล อาจมี ภาพความรุนแรง หรือไม่เหมาะสม สอดแทรกมาด้วย
	โฆษณา	กระตุ้นหัวใจ ให้สนใจ รู้จัก และเกิดความ ต้องการซื้อสินค้า และบริการ	ความน่าเชื่อถือ ของข้อมูล และหาก เป็นสปอตโฆษณา ทางโทรทัศน์/วิทยุ อาจโฆษณานาน เกินไป และอาจมี การโอ้อวดเกินจริง

	โฆษณาแฝง	กระตุ้นจงใจ ให้สนใจ รู้จัก และเกิดความ ต้องการซื้อสินค้า และบริการ	เป็นการแฝงสินค้า ไว้ในเนื้อหารายการ แบบเนียนจนผู้บริโภค อาจถูกใจโดยไม่รู้ตัว
สร้างผลกำไรที่คุณไม่ควรพลาด ลงทุนรับกำไร 20-30% ลงทุนรับกำไร ลงคะแนนตอนนี้ ฟรี ค่าธรรมเนียม	โฆษณา	กระตุ้นจงใจ ให้สนใจ รู้จัก และเกิดความ ต้องการซื้อสินค้า และบริการ	ความน่าเชื่อถือ ของข้อมูล และหาก เป็นสปอตโฆษณา ทางโทรทัศน์/วิทยุ อาจโฆษณานาน เกินไป และอาจมี การโอ้อวดเกินจริง



บทสรุป

กิจกรรมที่ 1 ใบกิจกรรมที่ 1 ทีมพี่เลี้ยง เมื่อเฉลยคำตอบแล้ว เน้นย้ำว่าสื่อใดอยู่ในกลุ่มใด รวมถึงสื่อที่ไม่ได้ปรากฏในคลิป จากนั้นสามารถชวนสนทนากลุ่มถึงสื่อที่ผู้สูงวัยใช้อยู่ในปัจจุบันและความแตกต่างของแต่ละสื่อ

ใบกิจกรรมที่ 2 ทีมพี่เลี้ยงประจำกลุ่มเมื่อเฉลยคำตอบประเภทเนื้อหา และเป้าหมายในการนำเสนอแล้ว ให้เพิ่มเติมชวนผู้อบรมคุยถึงสิ่งที่ต้องหยุดคิดเมื่อรับเนื้อหาเหล่านั้น เป็นการช่วยย้อนการตั้งคำถาม 5 เอ๊ะ

กิจกรรมที่ 2 ทีมพี่เลี้ยงเมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรม สามารถให้คำอธิบายเพิ่มเติมถึงประโยชน์ของการตั้งคำถาม 5 เอ๊ะที่มีต่อผู้สูงวัย ว่าช่วยป้องกันตนเองจากกลุ่มผู้ไม่หวังดี หรือมิจฉาชีพ

บทที่ 3

กฎหมายเบื้องต้น

เป้าหมายของบท

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



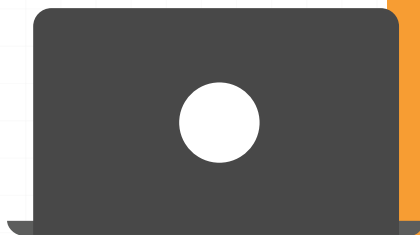
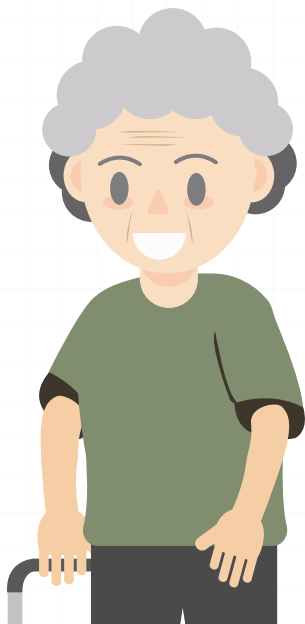
3 กฎหมายสอนารู้

ผู้สูงวัย

ในบทบาทของผู้ใช้สื่อที่สามารถตอบสนอง และมีปฏิสัมพันธ์ต่อสื่อที่เปิดรับอีกทั้งยังสามารถเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาในสื่อออนไลน์หลากหลายช่องทางได้ด้วยตนเอง การเป็นผู้ใช้สื่ออย่างรู้เท่าทันสามารถสื่อสารได้อย่างปลอดภัย สร้างสรรค์ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายทั้งต่อตนเองและผู้อื่นที่อยู่ในแวดวงสื่อเดียวกันทั้งโดยเจตนาและไม่เจตนา



ความรู้หนึ่งที่มีความสำคัญและจำเป็น คือ กฎหมายสื่อ ในบทเรียนนี้จะนำเสนอกฎหมายพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการรับและการใช้สื่อของบุคคลในชีวิตประจำวัน โดยจะสรุปเนื้อหาที่เกี่ยวข้องมานำเสนอตามลำดับ ประกอบด้วย



13 สารสำคัญ พ.ร.บ. ว่าด้วยการ กระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับ 2) พ.ศ. 2560



สื่อออนไลน์ได้รับความนิยมและกลายเป็นช่องทางสำคัญในการรับข้อมูลข่าวสารตลอดจนใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ของคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้า ความบันเทิง การทำงาน การศึกษาหาความรู้ ฯลฯ นอกจากนี้ลักษณะของสื่อออนไลน์เอื้อให้ผู้ใช้เป็นทั้งผู้รับสื่อและผู้ผลิตเนื้อหาสื่อได้ด้วยตนเอง เมื่อพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์มีความแพร่หลาย

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



13 ข้อที่ควรรู้

เรื่อง พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ 60

ฉบับใหม่บังคับใช้แล้ว



การฟากร้าน

ในเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม (Instagram) ถือเป็นสแปม (Spam)

กดไลก์



ได้ไม่ผิด ยกเว้นการกดไลก์ เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถาบัน เสี่ยง เข้าข่ายความผิดมาตรา 112



ข้อมูลผู้เสียชีวิต

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เสียชีวิต ต้องไม่ทำให้เกิดความเสื่อมเสีย ชื่อเสียง หรือถูกดูหมิ่นเกลียดชัง



ละเมิดลิขสิทธิ์

ไม่ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ผู้ใด ไม่ว่าข้อความ เพลง รูปภาพ หรือวิดีโอ



ส่ง ข้อความ (SMS) โฆษณา

โดยไม่ได้รับความยินยอมให้ผู้รับ สามารถปฏิเสธข้อมูลนั้นได้ ไม่เช่นนั้นถือเป็นสแปม

กดแชร์

ถือเป็นการเผยแพร่ หากข้อมูล ที่แชร์มีผลกระทบต่อผู้อื่น



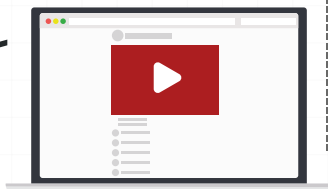
แอดมินเพจ

เมื่อพบข้อความที่ผิด พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ เมื่อลบออกจาก พื้นที่ที่ตนดูแลแล้วจะถือเป็น ผู้พ่นผิด



ไม่โพสต์ (Post) สักลามกอนาจาร

สิ่งลามกอนาจารที่ทำให้เกิด การเผยแพร่สู่ประชาชนได้



ส่งอีเมล (E-mail)

ขายของถือเป็นสแปม



พบข้อมูลผิดกฎหมาย

อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ของเรา แต่ไม่ใช่สิ่งที่เจ้าของคอมพิวเตอร์ กระทำเอง แจ้งไปยังหน่วยงาน ที่รับผิดชอบได้



เกี่ยวกับเด็ก

การโพสต์เกี่ยวกับเด็ก เยาวชน ต้องปิดบังใบหน้า ยกเว้นเมื่อ เป็นการเชิดชู ชื่นชม อย่างให้เกียรติ

#^*&*^%&

หน้าตาตลก

โพสต์ด่าว่าผู้อื่น



การโพสต์ด่าว่าผู้อื่น ไม่มีข้อมูลจริง หรือถูกตัดต่อ ผู้ถูกกล่าวหาอาจผิดผู้โพสต์ได้

SEND

ส่ง-แชร์

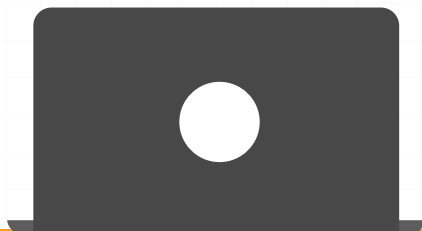
ส่งรูปภาพแชร์ของผู้อื่น เช่น สวส์ต อวยพรไม่ผิด ถ้าไม่เอาภาพไปใช้ในเชิงพาณิชย์หารายได้

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

01 การออกอากาศรายการหรือโฆษณา
ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ไม่ว่าจะ
เป็นการโฆษณาอาหารเสริมอวดอ้างสรรพคุณ
ว่ากินแล้วรักษาโรคได้ การโฆษณายาวว่ากิน
แล้วรักษาโรคมะเร็ง เบาหวาน ความดันได้
อย่างหายขาด รายการแนะนำสินค้าอวดอ้าง
สรรพคุณยาสมุนไพร ช่วยดีท็อกซ์เลือดสะอาด
ขึ้น อวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายดีขึ้น



การโฆษณาเครื่องสำอางครีมทาหน้า
ช่วยแก้ไข้ฝ้า กระ จุดต่างดํา หน้าขาวใส ฯลฯ
แบบนี้ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคสื่อ
และมีความผิดตามกฎหมายภายใต้การ
กำกับดูแลของ คณะกรรมการอาหารและ
ยา (อย.) ด้วย



02

การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้าโดยหลอกลวงหรือกระทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับบริการหรือสินค้านั้น หรือโดยการใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงอย่างที่เคยมีการโฆษณากระทำทำอาหารที่ไม่ติดกระทะเพราะใช้วิธีเคลือบ 8 ชั้น ซึ่งต่อมามีการตรวจสอบพบว่าไม่เป็นไปตามที่โฆษณา



03

การเชิญชวนหรือจูงใจให้ใช้สินค้าหรือบริการที่ผิดกฎหมาย หรือหลอกลวงโดยอาศัยความเชื่ออย่างงมงายหรือความศรัทธาของบุคคล ซึ่งไม่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยหลักเหตุผล มีการนำเสนอข้อความหรือโฆษณาเครื่องรางของขลังผิดกฎหมาย อดอ้างว่าใส่แล้วถูกหวย เสริมความมั่นคง เงินทองไหลมาเทมา ได้เลื่อนตำแหน่ง การงานเจริญก้าวหน้า คนรักคนหลง

04

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



ดิจิทัลทีวี/วิทยุธุรกิจ

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

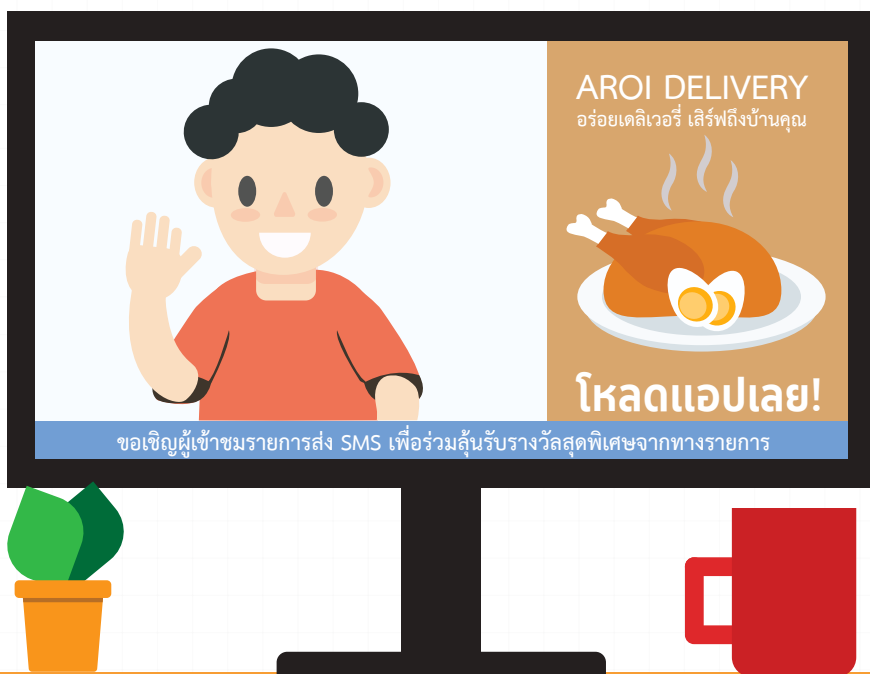
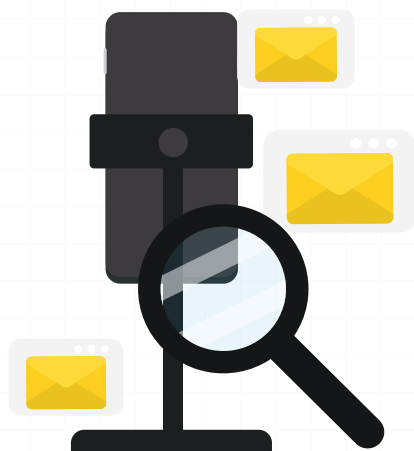


โทรทัศน์ดาวเทียม/เคเบิลทีวี

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

05

รายการในลักษณะที่จัดให้ข้อความหรือข้อมูลมีขนาดพื้นที่เกินหนึ่งในแปดของพื้นที่หน้าจอโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็น ข้อความแฝง การโฆษณา โลโก้ผลิตภัณฑ์ เชิญชวนส่ง SMS ข้อความจากทางบ้านหรือข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับรายการ



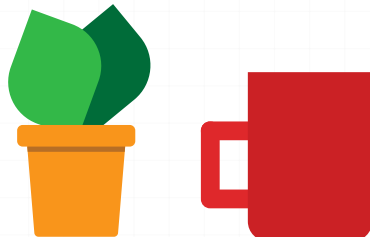
เนื้อหารายการที่ห้ามออกอากาศ

ตาม พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียง และ
กิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 มาตรา 37

- เนื้อหารายการที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบ
ประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ที่เป็นการดูหมิ่นประมาท
หรือแสดงความอาฆาตมาดร้ายจะกระทำมิได้ ซึ่งในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ยังไม่
พบการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะดังกล่าว



- เนื้อหารายการที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ นำเสนอเนื้อหา
รายการที่เป็นการชี้นำทางความคิด ไม่เป็นกลางทางการเมือง มีการ
วิพากษ์วิจารณ์การร่างรัฐธรรมนูญโดยปราศจากข้อเท็จจริง มีการพุดยั่วยุ
ปลุกปั่นให้คนในสังคมเกิดความแตกแยก และมีการกล่าวหาตึงถึงองค์กร
ระดับประเทศต่าง ๆ ด้วยถ้อยคำที่ไม่สุภาพ หยาดคาย ซึ่งมีลักษณะยุยงให้
ผู้รับชมเกิดความรู้สึกด้านลบต่อองค์กร



- เนื้อหารายการที่กระทบความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนเป็นการถ่ายทอดสดเหตุการณ์กราดยิงและมีภาพประชาชนเสียชีวิตโดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่และประชาชน การใช้คำพูดที่หยาบคาย หรือการนำเทปบันทึกภาพที่มีการใช้ถ้อยคำที่หยาบคาย รุนแรง มีการกล่าวถึงบุคคลที่สามด้วยถ้อยคำที่หยาบคาย การเชิญแขกรับเชิญที่มีความขัดแย้งกันมาร่วมรายการซึ่งแขกรับเชิญมีการใช้คำหยาบ



- เนื้อหารายการที่มีผลกระทบต่อการทำให้เกิดความเสื่อมทางจิตใจ หรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง เป็นลักษณะการนำเสนอข่าวความรุนแรง เห็นภาพเด็กถูกล่าที่ศูนย์เด็กเล็กที่ทำให้พ่อแม่ญาติพี่น้องของเด็กที่เสียชีวิตเกิดความหดหู่กระทบจิตใจ การนำเสนอข่าวลูกฆ่าหั่นศพแม่อีกโดยมีการอธิบายถึงขั้นตอนการฆ่า การซ่อนเร้นศพโดยใช้ภาพกราฟิก แต่ก็ไม่ได้ทำให้ภาพข่าวนั้นลดความรุนแรงลงได้เลย หรือการนำเสนอข่าวลุงฟาดแมลงกับพื้น แม้จะมีการเบลอภาพหรือเซ็นเซอร์ภาพแล้วแต่ก็ยังแสดงให้เห็นถึงความทารุณโหดร้ายที่มีต่อสัตว์



- เนื้อหารายการเข้าข่ายลามกอนาจารเป็นการนำเสนอในลักษณะส่อไปในเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมสำหรับสังคมไทย การนำเสนอข่าวคดีฆ่าหั่นศพ แต่ไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของผู้ต้องหากับผู้ชายและมีการเปิดคลิปเสียงครางคล้ายการมีเพศสัมพันธ์ของผู้ต้องหา และผู้ดำเนินรายการมีเจตนาเน้นย้ำให้เปิดคลิปเสียงวนซ้ำหลายรอบ หรือรายการแสดงความสามารถพิเศษโดยการเปลือยหน้าอกใช้สรีราดตัวแล้วใช้หน้าอกวาดภาพ แม้จะมีการเซ็นเซอร์แต่ก็แสดงถึงความไม่เหมาะสมและออกอากาศในช่วงเวลาที่มีผู้รับชมจำนวนมาก อาจเป็นตัวอย่างให้เด็กลอกเลียนแบบ



สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

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

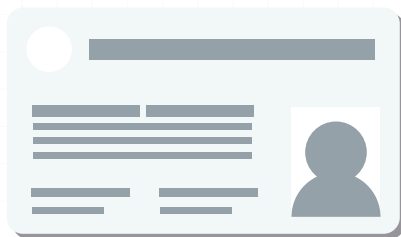
ปัจจุบันช่องทางการสื่อสารมีหลากหลายขึ้นและกิจกรรมการสื่อสารจำนวนมากมีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ เช่น ชื่อ นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ วันเกิด อีเมล อาชีพ รายได้ รูปถ่ายใบหน้า ข้อมูลธนาคารและการเงิน ข้อมูลทางสุขภาพ ส่วนหนึ่งของการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากขึ้น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

ชื่อ นามสกุล

เลขประจำตัวประชาชน

รูปถ่ายใบหน้า

ข้อมูลทางสุขภาพ



ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์

ข้อมูลธนาคาร-การเงิน

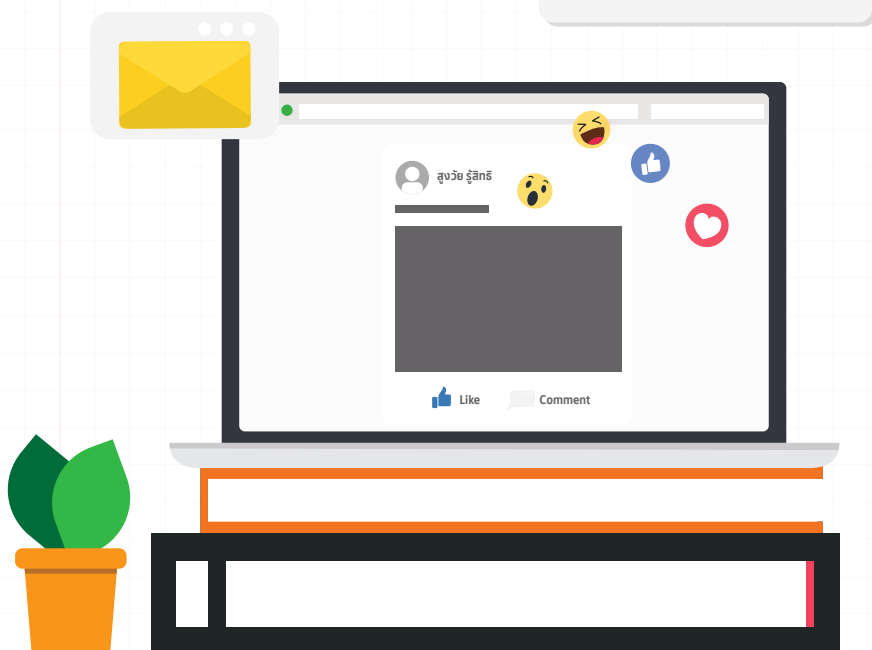
อาชีพ รายได้



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

ในส่วนของเราประชาชนทั่วไป ควรทราบถึงสิทธิของตนเองในฐานะเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ก่อนจะให้ข้อมูลสำคัญควรสอบถามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ นอกจากนี้ในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันต่าง ๆ ต้องระมัดระวังและอ่านข้อตกลงความยินยอมให้ถี่ถ้วน เช่น บางแอปพลิเคชันจะเชื่อมต่อระบบสมาชิกเฟซบุ๊ก มีการขอเข้าถึงรายชื่อเพื่อนในเฟซบุ๊กของเรา หรือบางแอปพลิเคชันจะขอความยินยอมให้ แบ่งปันข้อมูลกับบริษัทอื่นๆ

หากเราไม่ต้องการให้เข้าถึงหรือไม่ยินยอม ผู้ใช้สามารถคลิกเพื่อไม่ยินยอม ดังนั้นตัวเจ้าของข้อมูลต้องทำหน้าที่ “คุ้มครองข้อมูลของตนเอง” ด้วย ไม่ด่วนยินยอมหรือให้ข้อมูล โดยที่ยังไม่ได้ศึกษารายละเอียดของขอบเขตการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล



สิทธิของเจ้าของ ข้อมูลส่วนบุคคล



6

สิทธิคัดค้านการเก็บรวบรวม
ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

1

สิทธิขอเข้าถึงและขอรับ
สำเนาข้อมูลส่วนบุคคล

5

สิทธิขอให้ระงับการใช้
ข้อมูลส่วนบุคคล

2

สิทธิขอรับและโอน
ข้อมูลส่วนบุคคล

4

สิทธิขอให้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้น
ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน สมบูรณ์และ
ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

3

สิทธิขอให้ลบ หรือทำลาย หรือ
ทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูล
ที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลได้



ข้อมูลส่วนบุคคล คืออะไร?

คือข้อมูลที่ทำให้สามารถระบุตัวตนของคุณได้
ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

ตัวอย่างข้อมูลส่วนบุคคล



ชื่อ นามสกุล ชื่อเล่น



เลขบัตรประจำตัวต่างๆ
เลขบัตรธุรกรรม
ทางการเงิน



ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์



ภาพสำเนาเอกสาร
ราชการต่างๆ



วันเกิด สถานที่เกิด
เชื้อชาติ สัญชาติ



ข้อมูลทรัพย์สิน
ส่วนบุคคล

ตัวอย่างข้อมูลส่วนบุคคล ที่มีความอ่อนไหว



ลายนิ้วมือ ข้อมูลใบหน้า



ศาสนา



ข้อมูลทางสุขภาพ
ข้อมูลทางพันธุกรรม



พฤติกรรมทางเพศ



ความคิดเห็น
ทางการเมือง

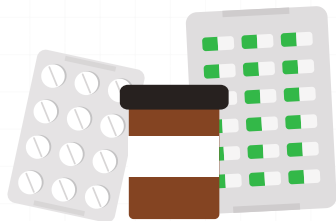


ประวัติอาชญากรรม

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 เพื่อให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและตัดสินใจซื้อตามบริบท การรู้กฎหมายเป็นความรู้ที่เป็นเหมือนเกราะปกป้องตนเองและคนรอบข้างไม่ให้หลงเชื่อและได้รับอันตรายจากการใช้ยา สมุนไพร และอาหารที่ผิดกฎหมาย และล่อลวงให้เชื่อในสรรพคุณหรือคุณสมบัติที่ไม่มีอยู่จริง ซึ่งกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องและน่ารู้คือ พ.ร.บ.ยา พ.ร.บ.สมุนไพร และ พ.ร.บ.อาหาร ที่มีผู้รู้วิชาการตาม พ.ร.บ.นี้คือ กระทรวงสาธารณสุข



พ.ร.บ. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562

มาตรา 74 ห้ามผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในลักษณะ

1

โอ้อวดสรรพคุณหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สมุนไพรว่าสามารถบำบัดรักษา บรรเทา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือตามความเชื่อส่วนบุคคล หรือสามารถรักษาโรคให้หายขาดได้ หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน



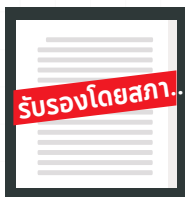
2

แสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จ เกินความจริง หรือทำให้เข้าใจผิดในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้น



3

ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นส่วนประกอบ ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือมีแต่มีไม่เท่าที่ ทำให้เข้าใจตามที่โฆษณา

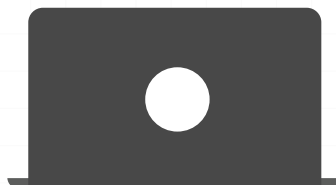


4

เป็นการรับรอง หรือยกย่องสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยบุคคล คณะบุคคลหรือสถาบันใด ๆ

5

กระทำโดยฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประกาศกำหนด



พ.ร.บ. ยา

พ.ศ.2510



มาตรา 88

การโฆษณาจะต้อง

1

ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณหรือวัตถุอันเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

2

ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

3

ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยาหรือส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้น

4

ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง

5

ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกาม หรือยาคุมกำเนิด

6

ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ

7

ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณโดยบุคคลอื่น

8

ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรืออาการของโรคที่ รมต. ประกาศ

มาตรา 89

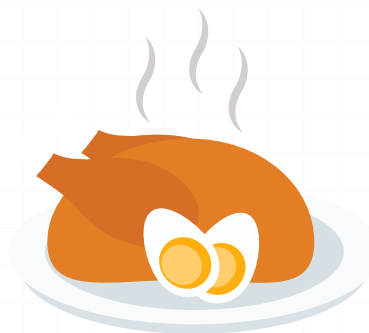
ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการรื้อรำ ทำเพลง หรือแสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

มาตรา 90

ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธี แคมพก หรือออกสลากรางวัล

พ.ร.บ. อาหาร

พ.ศ.2522



มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณา

คุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณ
ของอาหาร อันเป็นเท็จหรือเป็นการ
หลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

ข้อห้าม!!!



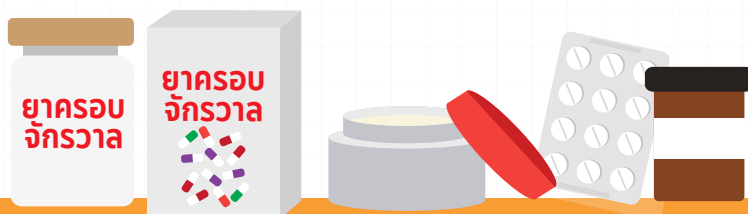
โอ้อวดสรรพคุณว่าทำให้บำบัด บรรเทา รักษา
ป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์
หรือหายขาด



แสดงสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพ อันเป็นเท็จ
หรือเกินจริง



ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุที่เป็นตัวยา/สมุนไพร หรือ
ส่วนประกอบของยา/สมุนไพร ซึ่งความไม่มี
ส่วนประกอบนั้นผลิตภัณฑ์ หรือมีแต่ไม่เท่ากับ
ที่ทำให้เข้าใจ



มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

1. วิทยากรเปิดคลิปวิดีโอและสปอตวิทยุสรุปเนื้อหากฎหมายหัวข้อ “รู้กฎหมาย รู้ทันสื่อ”
2. วิทยากรบรรยายสรุปกฎหมายสื่อที่น่ารู้ เปิดสไลด์สรุปประกอบการบรรยาย
3. กิจกรรมที่ 1 การเล่นเกมตอบคำถาม “ทำแบบนี้ ถูกหรือผิด” โดยทีมพีเลียง
4. วิทยากรสรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องในคำถามแต่ละข้อ

กิจกรรมที่ 1 การเล่นเกมตอบคำถาม “ทำแบบนี้ ถูกหรือผิด” ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1. ทีมพีเลียงแจกแผ่นป้าย ถูก (✓) ผิด (X) ให้กับผู้เข้าร่วมอบรมทุกคน หากไม่พอตามจำนวนคน แจกแผ่นป้าย 1 ชุดต่อผู้เข้าร่วมอบรม 2 คน
2. ทีมพีเลียงอธิบายการเล่นเกม

คำอธิบายการเล่นเกม

1

วิทยากร ถามคำถาม 2 รอบ โดยคำถามเป็นเหตุการณ์ตัวอย่าง

2

ให้เวลาผู้เข้าอบรมคิดวิเคราะห์ตามหลักการกฎหมายว่าการกระทำของบุคคลในเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นการกระทำที่ถูกหรือผิดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อ

3

วิทยากรส่งสัญญาณให้ผู้เข้าร่วมการอบรมชูป้ายที่เลือก และให้ผู้เข้าอบรม จำนวน 2 – 3 คน เป็นอาสาสมัคร ตอบคำถามและอธิบายเหตุผลประกอบคำตอบ

4

วิทยากรเฉลยคำตอบ เปิดสไลด์คำตอบพร้อมทั้งอธิบาย เนื้อหาตามตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

5

ทีมพี่เลี้ยงติดสติ๊กเกอร์สะสมคะแนนให้กับผู้เข้าร่วม การอบรมที่ตอบถูก

ระยะเวลาที่ใช้ 60 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

1. สไลด์อินโฟกราฟิก สรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง แผ่นป้าย ✓ X แจกตามจำนวนผู้เข้าร่วมอบรม
2. สไลด์สรุปเนื้อหาคำตอบ สติ๊กเกอร์สะสมแต้มคะแนนในการเล่น เกมสำหรับผู้เข้าร่วมอบรมที่ตอบคำถามถูก
3. ของรางวัลสำหรับผู้ได้คะแนนผ่านเกณฑ์

การวัดผล

ผู้เข้าอบรมตอบคำถามถูกร้อยละ 80 ขึ้นไปของข้อคำถามทั้งหมด

คำถามข้อที่ 1

ป้าส้มโอ เปิดร้านขายน้ำพริกแคบหมู ชื่อร้านน้ำพริกป้าส้มโอ ลูกสาวป้าส้มโออยากขยายตลาดไปขายทางออนไลน์ จึงทำเพจร้านน้ำพริกขึ้นมาในเฟซบุ๊กแล้วนำลิงก์ไปแปะในคอมเมนต์ในโพสต์ของเฟซบุ๊กดาราศิลปินเน็ตไอดอล อินฟลูเอนเซอร์ และคนรู้จักที่มียอดคนติดตามมากเพราะอยากให้คนรู้จักร้านและเข้ามาซื้อของเพิ่มขึ้น การกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 1

ผิดตามกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอรื พ.ศ.2560 ฝากร้านออนไลน์ โดยที่เจ้าของบัญชีผู้ใช้ไม่ยินยอมมีความผิดทางกฎหมายถือเป็นสแปม (การส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่บุคคลอื่น อันมีลักษณะเป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับถือเป็นสแปม) ผู้ฝ่าฝืนมีโทษปรับไม่เกิน 200,000 บาท ต่อครั้ง

“ผู้ใดส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แก่บุคคลอื่นอันมีลักษณะเป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสามารถบอกเลิกหรือแจ้งความประสงค์เพื่อปฏิเสธการตอบรับได้โดยง่าย ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท”

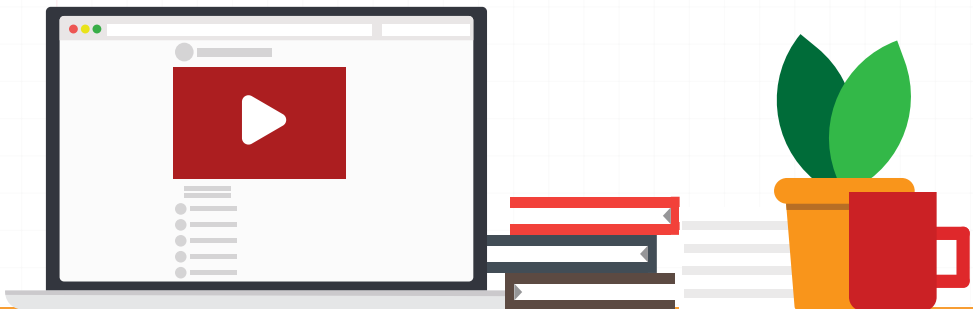


คำถามข้อที่ 2

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

คำตอบข้อที่ 2

ถูกตามกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอรื พ.ศ.2560 สำหรับแอดมินเพจที่เปิดให้มีการแสดงความคิดเห็น เมื่อพบข้อความที่ผิด พ.ร.บ.คอมพิวเตอรื พ.ศ.2560 เมื่อลบออกจากพื้นที่ที่ตนดูแลแล้ว จะถือเป็นผู้พ้นผิด และข้อความนั้นผิดกฎหมายอาญา ฐานหมิ่นประมาท



คำถามข้อที่ 3

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

คำตอบข้อที่ 3

ผิดตามกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 การโพสต์เกี่ยวกับเด็กเยาวชน ต้องปิดบังใบหน้ายกเว้นเมื่อเป็นการเชิญชวนชมอย่างให้เกียรติและผิด พ.ร.บ.คุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 ที่มีให้ผู้ใดโฆษณาหรือเผยแพร่ทางสื่อมวลชนหรือสื่อสารสนเทศอื่น ๆ ที่เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเด็ก โดยมีเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่เด็ก



คำถามข้อที่ 4

ป้าแดงโม ได้รับภาพภูเขาไม้ต้นไม้สีเขียวสวยงามจากเพื่อนคนหนึ่งในเฟซบุ๊ก เห็นว่าสวยดี เขียวเย็นสดชื่น จึงแชร์ส่งต่อให้ป้าเขียวหวาน และเต็มข้อความเข้าไปว่า สวรรค์วันพุธ การกระทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 4

ถูกตามกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอรืพ.ศ.2560 ส่งรูปภาพแชร์ของ ผู้อื่น เช่น สวรรค์ อวยพร ไม่ผิด ถ้าไม่เอาภาพไปใช้ในเชิงพาณิชย์หารายได้ ภาพดอกไม้หรือภาพถ่ายศิลปะที่ถูกตัดต่อและส่งเป็นข้อความสวรรค์หรือคำอวยพรต่าง ๆ นั้นไม่ถือว่าเข้าข่ายความผิด พ.ร.บ.คอมพิวเตอรื ตามมาตรา 16 ที่ระบุว่า ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่นและภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ หรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชังหรือได้รับความอับอายเนื่องจากเป็นภาพศิลปะภาพนั้นต้องเป็นภาพตัดต่อบุคคลเท่านั้นจึงจะมีความผิดตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอรื

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 หรือโดยการใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการสถิติ หรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงและพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 มาตรา 74 (2) แสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จ เกินความจริง หรือทำให้เกิดเข้าใจผิดในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้น

คำถามข้อที่ 6

รายการขายสินค้าทางช่องรายการโทรทัศน์ดาวเทียม นำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารเสริมโดยขึ้นคำโปรยในรายการว่า “ด้านการลูกกลามะเร็ง 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 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณสมบัติ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

คำถามข้อที่ 7

รายการเล่าข่าวทางโทรทัศน์ นำเสนอภาพสถานที่ก่อเหตุสามิ
ทำร้ายภรรยาจนเสียชีวิตในบ้านพัก โดยนำเสนอภาพสถานที่
เกิดเหตุที่มีร่องรอยการต่อสู้และคราบเลือด โดยทำภาพกราฟิก
จำลองสถานการณ์ที่ทำให้ผู้ชมเห็นภาพ และสัมภาษณ์ลูกอายุ
10 ขวบ ของผู้ก่อเหตุโดยไม่ปิดบังใบหน้า การกระทำแบบนี้ ถือเป็น
การกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 7

ผิดกฎหมายตาม พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและ
กิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 มาตรา 37 ห้ามมิให้ออกอากาศรายการ
ที่มีกระทบต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน
และกระทบต่อความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน
อย่างร้ายแรง เพราะมีภาพคราบเลือดทำให้เกิดความสยดสยอง
ไม่เกิดประโยชน์ต่อผู้ชม และการเปิดเผยใบหน้าเด็กมีความผิด
ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองเด็กด้วย

คำถามข้อที่ 8

ป้าปลาไปเที่ยวชะอำและเข้าพักโรงแรมแห่งหนึ่ง ระหว่างเล่นน้ำในสระว่ายน้ำของโรงแรม มียูทูบเบอร์คนหนึ่งกำลังรีวีวโรงแรม เพราะรับค่าจ้างให้รีวีวโรงแรมลงในช่องยูทูบของตน หลังจากนั้นก็มีเพื่อนบ้านจำป้าปลาได้ และเอารายการของยูทูบเบอร์คนนั้นมาให้ป้าปลาดูว่าถ่ายติดเห็นป้าปลาตอนกำลังเล่นน้ำด้วย ป้าปลาติดต่อไปให้ยูทูบเบอร์คนนั้นลบภาพตัวเองในคลิปออกเพราะไม่ชอบที่คนทั่วไปที่ดูยูทูบเห็นตัวเองใส่ชุดว่ายน้ำ ป้าปลาทำแบบนี้ ถือเป็นการกระทำที่ ผิด หรือ ถูก ตามกฎหมาย

คำตอบข้อที่ 8

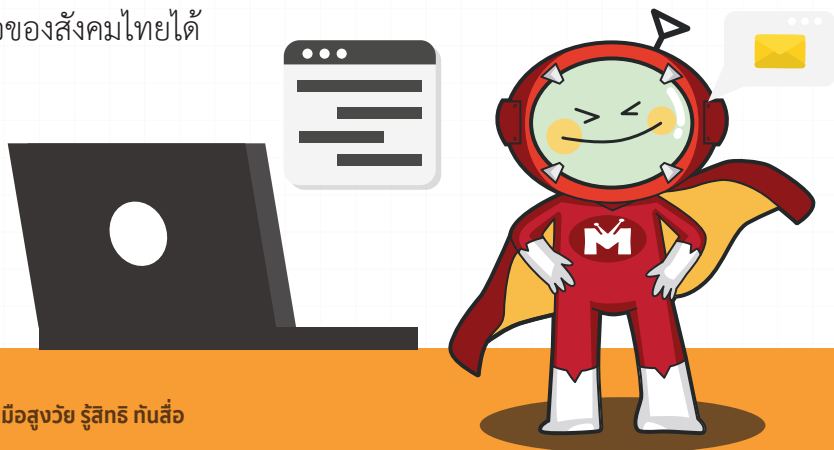
ถูกกฎหมายสามารถทำได้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลต้องให้ความยินยอม และมีสิทธิในการขอให้ลบ หรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคล กรณีที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลนำข้อมูลไปเผยแพร่ในที่สาธารณะหรือเข้าถึงได้ง่าย



บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบันก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียต่อประชาชนในฐานะผู้บริโภค การเปิดกว้างในการเข้าถึงและส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างกันจะช่วยเปิดโลกทัศน์และขยายความรู้ของประชาชนให้กว้างขวางขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นช่องทางให้เกิดการเอาเปรียบและล่อลวงให้เกิดอันตรายจากผู้ที่มีหวังประโยชน์ด้วยเช่นกัน การมีพื้นฐานความรู้ที่เกี่ยวข้องในการปกป้องสิทธิในฐานะประชาชนที่เป็นทั้งผู้สื่อสารและผู้รับสารดังเช่น พ.ร.บ. ว่าด้วยกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

กฎหมายเรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เนื้อหารายการที่ห้ามออกอากาศตาม พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ตาม พ.ร.บ. คื้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และ พ.ร.บ. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พรบ.ยา และพรบ.อาหาร จะเป็นเหมือนภูมิคุ้มกัน ในประชาชนผู้ใช้สื่อเปิดรับสื่อและสื่อสารอย่างรู้เท่าทัน ใช้สื่ออย่างปลอดภัย และสร้างสรรค์ ส่งต่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ป้องกันและช่วยกำจัดเนื้อหาที่เป็นอันตราย ไม่ละเมิดและทำร้ายผู้อื่น อันจะช่วยลดทอนผลกระทบทางลบ และช่วยเพิ่มบรรยากาศของการสื่อสารทางบวกให้เกิดขึ้นในนิเวศสื่อของสังคมไทยได้



บทที่ 4

ผลกระทบจากสื่อไม่ปลอดภัย

เป้าหมายของบท

- รู้จักและเข้าใจผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อไม่ปลอดภัย
- ใช้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อในการไตร่ตรองหยุดการกระทำเสี่ยง
- ตระหนักถึงผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นตามมาจากสื่อที่ไม่ปลอดภัยได้
- นึกถึงแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือในการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องได้



ในยุคที่ใคร ๆ ก็สามารถสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ได้ ทุกคนสามารถสร้างเนื้อหาและผลิตสื่อ สื่อสารกันเองได้ทุกที่ตลอดเวลา ทั่วทุก มุมโลกผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ (Online Platform) ที่เข้าถึงง่ายทางโทรศัพท์มือถือ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ยูทูบ อินสตาแกรม ดิกต็อก ฯลฯ จึงทำให้มีข้อมูลข่าวสารที่แพร่สะพัดออกไปอย่างง่ายดาย 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 ส่วนมากมักเกิดขึ้นกับการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยความไม่รู้เท่าทัน ไม่มีการตรวจสอบที่มาอย่างถี่ถ้วน ทำให้เกิดผลกระทบกับชีวิตและทรัพย์สิน แม้ว่าบางครั้งสิ่งจํานวนเงินที่ไม่มาก แต่อาจสร้างความเสียหายในมิติอื่น ๆ เช่น สุขภาพกาย สุขภาพจิต และความเชื่อมั่นต่อการซื้อของผ่านระบบดิจิทัล อันได้แก่

ทาบีบ ผีขาว ขาวสว่าง หน้าแดง



เครื่องดื่ม สมุนไพร



- หายปวดเมื่อย
- สายตาดี/ไม่เป็นต้อ
- อัมพฤกษ์ อัมพาต
- หายขาด**
- อาการปวดตามข้อ
- หายขาด**

1.1 กลุ่มเนื้อหาที่ให้ ข้อมูลเกินจริง

สรรพคุณของสินค้าอย่างอาหารหรือยาที่มีการอวดอ้างใส่ข้อมูลที่เกินจากสรรพคุณของสินค้าจริง ซึ่งอาจมีที่มาจากสื่อโฆษณาหรือสื่อบุคคลที่แนะนำสินค้า หากผู้สูงวัยหลงเชื่อ อาจส่งผลตั้งแต่เสียทรัพย์สิน เสียสุขภาพ เสียโอกาสในการรักษาและอาจรุนแรงถึงเสียชีวิต



1.2 กลุ่มเนื้อหาที่ไม่ตรงความจริง (ไม่ตรงปก)

ทำให้เกิดความสับสน เสียประโยชน์ หรือได้รับความเสียหาย เช่น การสั่งสินค้าชนิดหนึ่งแต่กลับได้รับสินค้าที่ไม่ตรงกับที่สั่งไว้ เนื่องด้วยจากสถานการณ์โควิด19 ทำให้การซื้อขายสินค้าออนไลน์เฟื่องฟู มีการออกแบบบริการให้สามารถซื้อขายสินค้าผ่านโทรศัพท์มือถือได้ง่ายขึ้น



แต่ผลที่เกิดขึ้นจากความสะดวกสบาย ทำให้เกิดการหลอกหลวงกันมากขึ้น เช่นกัน ทำให้ไม่ได้รับสินค้า หรือส่งสินค้าไม่ตรงกับที่ผู้ส่งขายสั่งไว้ การรับมือกับกลุ่ม“สินค้าไม่ตรงปก”กรณีที่โอนเงินไปแล้ว กลับไม่ได้สินค้าจากผู้ขายลักษณะนี้ ถือเป็นการฉ้อโกง ซึ่งมีความผิดตามกฎหมาย 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 โดยเข้าไปดูที่กล่องข้อความ

2. ข่าวปลอม (Fake News)



การสร้างเนื้อหาข่าวที่เป็นเท็จ ทำให้ผู้สงสัยและครอบครัวยุติได้รับความเสียหายจากข่าวปลอมได้ ปัจจุบันมีการแพร่กระจายในสื่อใหม่หรือสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) เกิดข่าวปลอมหรือข่าวลวง (Fake News) ดังต่อไปนี้

ลักษณะข่าวปลอม 3 กลุ่ม

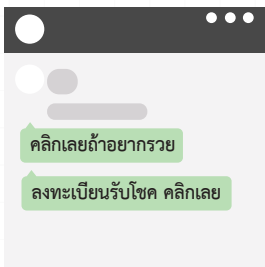


1) ข้อมูลผิด (Misinformation)

ข้อมูลสารสนเทศที่ปลอมขึ้นมาหรือเป็นเท็จ แต่บุคคลที่เผยแพร่เชื่อว่าเป็นความจริงแม้ข้อมูลจะผิดหรือเท็จแต่คนที่ส่งไม่ได้มีเจตนาร้าย เช่น ข่าวสารสุขภาพที่ไม่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องก่อน

2) ข้อมูลบิดเบือน (Disinformation)

ข้อมูลที่ถูกบิดเบือนโดยบุคคลที่เผยแพร่รู้แกล้งว่าไม่เป็นความจริง มีเจตนาโกหก และมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนที่ถูกหลอกได้ง่าย โดยผู้ไม่ประสงค์ดีแฝงเจตนาไม่ดี ต้องการทำร้ายอีกฝ่ายหนึ่ง สร้างเป็นข้อมูลที่ประกอบสร้างขึ้นใหม่ เป็นข้อมูลที่ดัดแปลงหรือแต่งขึ้นมาใหม่ หรือเป็นข้อมูลที่มีเนื้อหาแอบอ้าง



3) ข้อมูลแฝงเจตนาร้าย (Malinformation)

ข้อมูลมีพื้นฐานความจริงอยู่บ้างแต่ถูกนำไปใช้เพื่อทำร้ายบุคคล องค์กร หรือประเทศ เช่น การเปิดเผยเรื่องส่วนตัวบางอย่างของบุคคลสาธารณะ ข้อมูลอาจจะจริงแต่การนำเสนอไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ

ข่าวปลอมทั้ง 7 ประเภท

ที่อาจทำให้เกิดความเสียหายกับผู้สูงอายุ

การเสียดสีหรือล้อเลียน

(Satire or Parody)

: ไม่มีเจตนาร้ายแต่หลอกให้หลงเชื่อ

เนื้อหาที่ทำให้เข้าใจผิด

(Misleading Content): การสร้างเนื้อหา

โดยจงใจให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับประเด็นปัญหา หรือบุคคล

เนื้อหาที่แอบอ้าง

(Imposter Content): แห่ลงข้อมูลต้นฉบับ

ถูกนำไปใช้แอบอ้าง เช่น ผู้เขียนข่าวขึ้นมาเอง และอ้างแหล่งข่าว

เนื้อหาที่สร้างขึ้น

(Fabricated Content): เนื้อหาที่สร้างขึ้นใหม่

เป็นเท็จทั้งหมด สร้างขึ้นเพื่อหลอกลวง ให้เกิดผลร้าย

การเชื่อมโยงที่มั่ว

(False Connection): พาดหัว ภาพ คำบรรยาย

ได้ภาพไม่ตรงกับเนื้อหาหรือสองสิ่งไม่เกี่ยวข้องกันแต่นำมากล่าวถึงหรือเชื่อมโยงในข่าวเดียวกัน

บริบทที่เป็นเท็จ

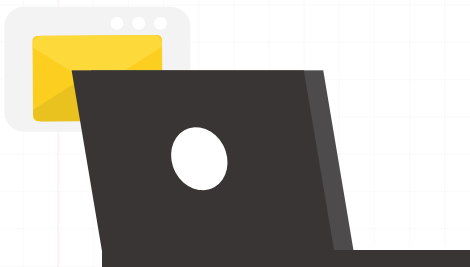
(False Context): เนื้อหาดั้งเดิมถูกนำไป

ใช้ร่วมกับข้อมูลในบริบทอื่น เช่น การนำรูปข้อความ คำพูด มาใช้พูดอีกเรื่องหนึ่ง

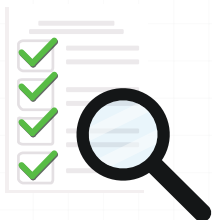
เนื้อหาที่ถูกดัดแปลง

(Manipulated Content): ข้อมูลภาพต้นฉบับ

ถูกดัดแปลงเพื่อหลอกลวง เช่น การตัดต่อภาพ เสียง สร้างเนื้อหาเรื่องราว



การโต้กลับ/รับมือ/ปัญหาข่าวปลอม “Fake News”



การค้นหาข้อสรุปที่ตัดสิน
ว่าข้อความที่กล่าวนั้น
ถูกต้องหรือไม่



การแก้ไขข้อความโดยประเมิน
จากหลักฐานที่ปรากฏบนพื้นฐาน
ความเป็นจริง องค์การตรวจสอบ
ข้อเท็จจริงที่เชื่อถือได้

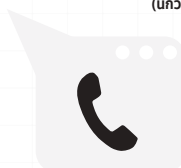


การสำรวจเอกสารทางกฎหมาย
ช่องทางเผยแพร่ข่าวสาร และ
สื่อสังคม



การหาหลักฐานที่ดีที่สุดสำหรับ
ข้อความที่ตรวจสอบ โดย
ตรวจสอบย้อนหลังข้อความที่
สำคัญต่อส่วนรวมและอาศัย
ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

(นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ)



8 แนวทาง

การตรวจสอบข่าวปลอม

1 พิจารณาแหล่งที่มา

พิจารณาข้อมูลส่วนอื่นในเว็บไซต์ เพื่อสืบหาแหล่งที่มาและข้อมูลการติดต่อ

2 อ่านให้กว้างขึ้น

หัวข้อข่าวนั้นอาจจะเขียนออกมาดูน่าตื่นเต้นมาก เพื่อดึงดูดความสนใจ เท่านั้น จึงควรอ่านเรื่องราวทั้งหมดเป็นอย่างไร?

3 พิจารณาแหล่งที่มา

พิจารณาข้อมูลส่วนอื่นในเว็บไซต์ เพื่อสืบหาแหล่งที่มาและข้อมูลติดต่อ

4 มีแหล่งอ้างอิงอื่น

มีแหล่งข้อมูลในการสนับสนุนหรือไม่ หากมีให้ เช็กแหล่งนั้นด้วย และประเมินว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวจริง ๆ หรือไม่

5 ตรวจสอบวันเวลา

เรื่องเล่าที่น่าขนานนาเสนอใหม่ ไม่ได้หมายความว่ามีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ปัจจุบัน

6 เป็นการล้อเล่นหรือไม่

ถ้าหากแปลกเกินไปอาจจะเป็นการเหน็บแนม ควรค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ และผู้เขียนให้แน่ใจ

7 ตรวจสอบความลำเอียง

พิจารณาความเชื่อของตัวเองว่า มีผลกระทบต่อการตัดสินใจหรือไม่

8 สอบถามผู้เชี่ยวชาญ

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





ข้อมูลจากกลุ่มมิจฉาชีพ ที่ติดต่อเข้ามาในรูปแบบต่าง

ในปัจจุบันการติดต่อข่าวสารที่สะดวก รวดเร็ว ฉับไว อาจนำมาซึ่งภัยร้ายวันได้ อย่างเช่น Call Center ที่มักโทรมาขอข้อมูลส่วนบุคคลและดำเนินการที่ทำให้เกิดความเสียหายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การหลอกขอข้อมูลส่วนตัวเพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน หรือหลอกให้เชื่อว่าเป็นสายจากหน่วยงานของรัฐเพื่อให้เกิดความกลัวแล้วโอนเงินให้ เป็นต้น จึงควรมีการป้องกันก่อนเกิดความเสียหายนี้ ด้วยความรู้เพื่อการรับมือกับกลุ่มมิจฉาชีพที่มาในรูปแบบของแก๊ง 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 เป็นกิจกรรมบูรณาการเกมและคลิปสถานการณ์สมมติ

ระยะเวลาที่ใช้ 30 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

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

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1

วิทยากรชี้แจงกติกา จัดกลุ่มให้ผู้เข้าร่วมแบบคละกันให้นั่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน หรือตามความเหมาะสมพร้อมแจกกระดาษการ์ด บันทึกข้อมูล

2

เปิดคลิปสถานการณ์สมมติ แบ่งการเปิดเป็น 3 ช่วง ช่วงละ 1 เนื้อหา รวมเป็น 3 ประเด็น ได้แก่การหลอกลวง/ข่าวปลอม/ มิฉฉาซีฟ (Call Center)

3

คลิปที่เปิดเป็นเรื่องของบทบาทสมมติชื่อของออนไลน์ และกรณี มี Call Center โทรมาแล้วฟังการสนทนาของผู้แสดงสองฝั่ง คือ Call Center และคนที่รับสาย โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 3 ตอน

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม (ต่อ)

4	หยุดคลิปในแต่ละช่วง แล้วให้คนในกลุ่มสนทนา ปรึกษากันว่า ข้อมูลไหนเป็นข้อมูลจริงและข้อมูลไหนเป็นข้อมูลลวง ข้อไหนถูก ข้อไหนผิดบันทึกลงในกระดานการ์ดบันทึกข้อมูล แล้วให้เล่นเกมแข่งกันในแต่ละกลุ่ม
5	การแข่งขันกันเพื่อตอบสนองต่อคลิปในแต่ละช่วง วิทยากร เฉลยและตรวจดูว่ากลุ่มไหนจะได้คะแนนมากที่สุด
6	สรุปบทเรียนจากสถานการณ์สมมุติ พร้อมอธิบายที่มา/ข้อมูลที่เฉลย
7	มอบรางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนมากที่สุด

การวัดผล

ผู้เข้าร่วมสามารถแสดงความเข้าใจในแต่ละประเด็นของคลิป บทบาทสมมุติร้อยละ 80 และสามารถกล่าวถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่จะสามารถตรวจสอบข้อมูลเพื่อลดผลกระทบจากการถูกหลอกลวงได้



รายละเอียดในคลิป

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

การสนทนาส่วนที่ 1 ซื้อดีไหม?



การสนทนาส่วนที่ 2 ให้หรือไม่ให้?

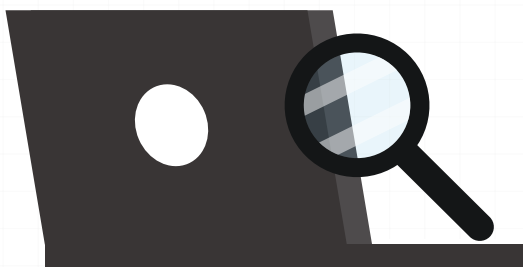


การสนทนาส่วนที่ 2 ลงทุนดีไหม?



คำถามและคำตอบในกิจกรรม

หัวข้อที่ 1 ข้อมูลข่าวสาร การหลอกลวง	คำถาม	ตัวเลือก	คำตอบ
ข้อ 1	“ยา” โฆษณา ได้ตามกฎหมาย หรือไม่	ก.ได้ ข.ไม่ได้ ค.ได้บางประเภท	พิจารณาความถูกต้อง ของข้อมูลมีจริยธรรม ในการนำเสนอ และ ได้รับอนุญาตให้ โฆษณาได้
ข้อ 2	คำใด ใช้โฆษณา ขายยาไม่ได้	ยานี้รักษาโรคได้หายขาด ยอดเยี่ยม หายแน่ วิเศษยิ่ง ปลอดภัย ไม่มี ผลข้างเคียง ไม่ทำให้เกิด อาการแพ้ ทันใจ พิเศษ ดีที่สุด เด็ดขาด หายขาด หายห่วง ฉบับปล้น ศักดิ์สิทธิ์ มหัศจรรย์ เป็นหนึ่งใน ที่สุด แน่นอน เหนือกว่า พิษิต โรคภัย	เลือกตอบมาจาก ตัวเลือกเหล่านี้



หัวข้อที่ 2 ข้อมูลข่าวสาร ปลอม	คำถาม	ตัวเลือก	คำตอบ
ข้อ 3	ข่าวปลอม คือ อะไร	ให้ตอบอิสระ แล้วสรุปใน คำตอบที่ใกล้เคียง ที่สุด (ข้อมูลผิด/ บิดเบือน /เจตนาร้าย)	ข้อมูลผิด บิดเบือน เจตนาร้าย
ข้อ 4	จะตรวจสอบ ข่าวปลอม อย่างไรดี	ก. ข่าวนี้น่าตื่นเต้น เกินไปหรือเปล่า ข. ใครบอกข่าวนี้น่า เชื่อถือหรือไม่ ค. มีที่มาที่ไปปรากฏ อย่างชัดเจนไหม	ถูกทุกข้อ
ข้อ 5	ข่าวปลอมหรือไม่ ตรวจเช็คและ แจ้งที่ไหนดี	ตอบตามอิสระ	ผู้ใหญ่บ้าน ตำรวจ ศูนย์ต่อต้านข่าว ปลอม

หัวข้อที่ 3 มีจอาชีพ call center	คำถาม	ตัวเลือก	คำตอบ
ข้อ 6	หน่วยงานราชการโทรมาขอข้อมูลทำอย่างไรดี	ก.รีบให้ข้อมูลทันทีเพราะกลัวมีปัญหาบานปลาย ข.ขอข้อมูลหน่วยงานไว้ค่อยไปติดต่อสำนักงานใกล้บ้าน ค.บอกลูกหลานปรึกษาว่าจะทำไงดี ง. กดวางสายทันที	ข ค ง
ข้อ 7	เบอร์ใครโทรเข้ามาจะปลอดภัยไหมสังเกตจากอะไร	ตอบอิสระ	ระวังเบอร์ที่ไม่รู้จัก หรือเบอร์ที่มีเครื่องหมาย + เบอร์ที่มีจำนวนเลขมากผิดปกติ
ข้อ 8	ข้อมูลไหนอย่าให้เด็ดขาด	ตอบอิสระ	ชื่อ นามสกุล เลขบัตรประชาชน ข้อมูลส่วนบุคคล
ข้อ 9	เบอร์มีจอาชีพสกัดไว้ไม่ให้ทำร้ายใครต่อโทรแจ้งที่ไหนดี	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 ผู้สูงอายุจำเป็นต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกให้เท่าทัน ในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุถูกรายล้อมไปด้วยสื่อต่าง ๆ รอบตัว ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นทักษะที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้ผู้สูงอายุมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อและข้อมูลที่หลากหลาย



มีทักษะการคิดวิเคราะห์และการประเมินสื่อ รวมถึงการมีส่วนร่วมในสื่อในฐานะของผู้ส่งสารที่มีพลัง ตื่นรู้ มีความรับผิดชอบ และมีจริยธรรม ผู้ส่งสารที่พร้อมส่งเสียง รู้จักปกป้องและเรียกร้องสิทธิของตน คนรอบข้าง และสังคม เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนสังคมไปสู่สิ่งที่ดีกว่า

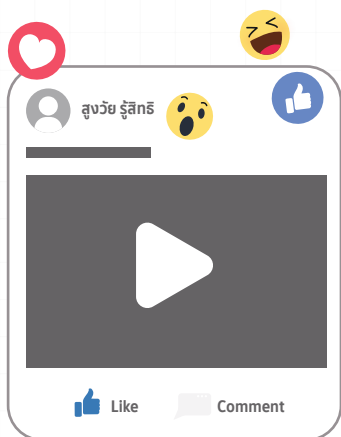


แนวทางการมีส่วนร่วม ของผู้สูงวัย

แนวทางการมีส่วนร่วมในกระบวนการรู้เท่าทันสื่อที่ผู้สูงวัยสามารถทำได้มี 3 แนวทาง ได้แก่

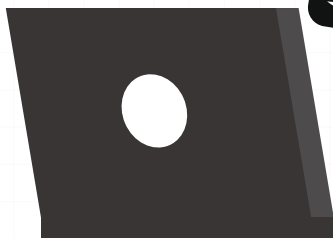
1. การมีส่วนร่วม ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นหรือการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ของผู้สูงวัยจะเป็นประโยชน์อย่างมาก หากมีลักษณะ ดังนี้



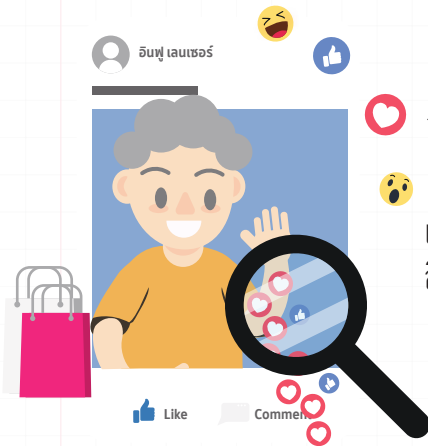
1.1 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ควรวิเคราะห์อย่างรอบคอบ พิจารณาก่อนกรองว่าข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใดก่อนที่จะเชื่อหรือเผยแพร่ไปให้ผู้อื่น โดยตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเผยแพร่ส่งต่อข่าวลวง



1.2 การเผยแพร่ข้อมูลส่งต่อ

จำเป็นต้องมีทักษะการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยจะต้องไม่เชื่อโดยทันที และต้องมีความรับผิดชอบในการส่งต่อ



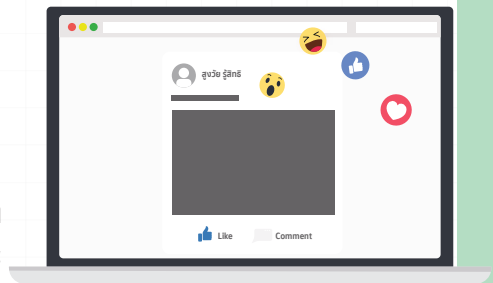
1.3 การแสดงความคิดเห็นในสื่อ

ควรแสวงหาข้อมูลจากแหล่งอื่นมาประกอบเพิ่มเติม เช่น การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อบุคคล สื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อมวลชน



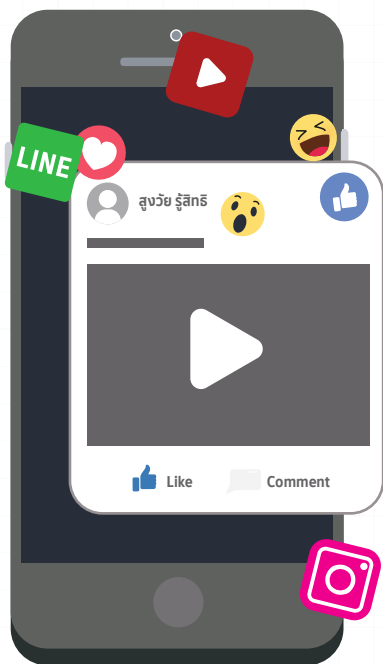
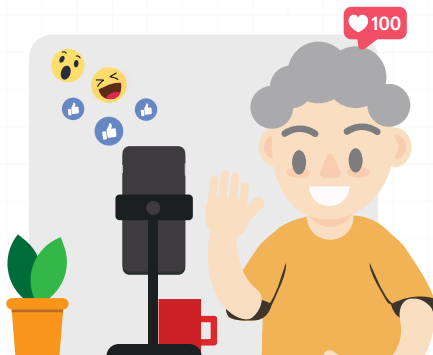
1.4 การแสดงความคิดเห็นไปยังผู้ผลิตสื่อ

สามารถส่งความคิดเห็น ข้อเสนอแนะไปยังผู้ผลิตสื่อ เช่น รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือผู้ดูแลเว็บไซต์ ตามช่องทางที่สื่อกำหนด และสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย หรือการกำกับดูแลสื่อ 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. การมีส่วนร่วม ในการร้องเรียน



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 เกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ



1166 สคบ. ร้องเรียนเรื่อง
การโฆษณาสินค้า หรือบริการที่
ไม่เป็นธรรม และการคุ้มครองผู้บริโภค



1212 กระทรวงดิจิทัลฯ ร้องเรียนเรื่อง
การคุกคาม ทางโซเชียล กระทำผิดทาง
เทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์



02 142 2556-7 ปอ.ก. ร้องเรียนเรื่อง
การขโมย ข้อมูล การหลอกลวงทางออนไลน์
เนื้อหาไม่เหมาะสม ทางออนไลน์ การพนันหรือ
การกระทำผิดกฎหมายบนสื่อออนไลน์

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

การร้องเรียนไปยัง กสทช.



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

1. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจสอบคุณสมบัติและประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์



2. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

3. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียง หรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

4. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์



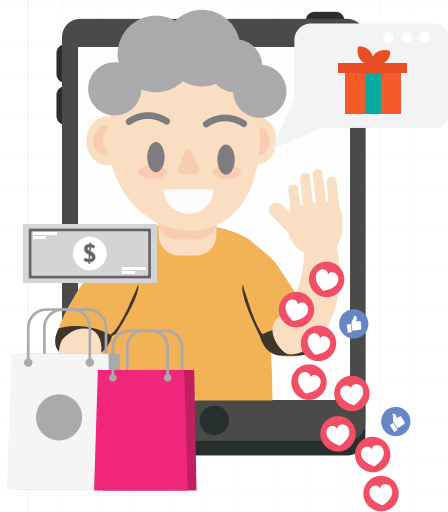
5. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการ สื่อมวลชนหลายประเภทในกิจการเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อ



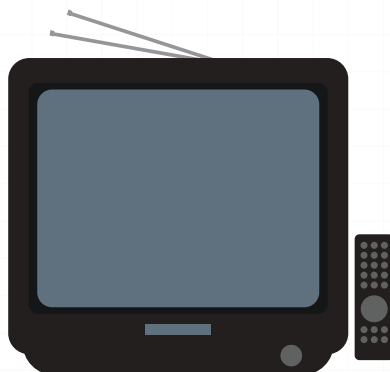
6. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาหารายได้ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

7. คำร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหารายการและผังรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

8. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค



9. คำร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจสอบคุณสมบัติและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์



การเตรียม ข้อมูลร้องเรียน

การเตรียมข้อมูลและเอกสารต่าง ๆ ในการร้องเรียนไปยัง กสทช.
มีรายละเอียด ดังนี้

- 1) ชื่อผู้ร้องเรียน หรือผู้บันทึก
ข้อมูล ที่อยู่ หรือหมายเลข
โทรศัพท์ (เพื่อเจ้าหน้าที่ติดต่อ
กลับ)

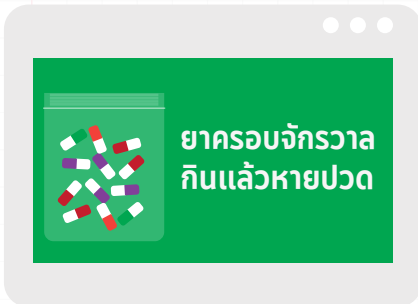


- 2) ระบุสื่อที่พบการโฆษณา
และข้อมูลเกี่ยวกับสื่อ เช่น
วันเวลาที่พบโฆษณา คลื่นความถี่
หรือช่องรายการ ชื่อสถานี
ชื่อรายการ ชื่อผู้จัดรายการ
(ระบุจังหวัด)

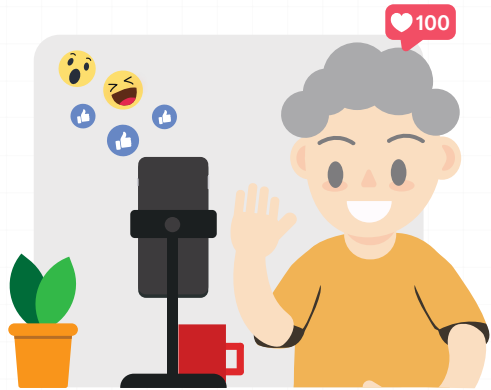
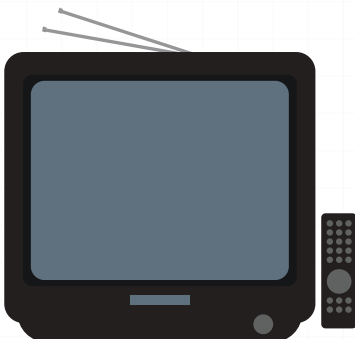
- 3) รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์
ที่โฆษณา เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์
ชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อาหาร
ยา เครื่องสำอาง หรือเครื่องมือ
แพทย์ เลขที่โฆษณาผลิตภัณฑ์
เป็นต้น



4) รายละเอียดวิธีโฆษณา เช่น การจัดรายการ สปอตโฆษณา มีผู้เล่าประสบการณ์ ดาราหรือเน็ตไอดอล หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นผู้ร่วผลิตภัณฑ์หรืออื่น ๆ



6) กรณีการเป็นสมาชิกโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (เคเบิลทีวีหรือดาวเทียม) จะต้องเก็บสัญญาการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกไว้เป็นหลักฐาน



5) ประเด็นที่สงสัยว่าไม่ถูกต้องหรือไม่ปลอดภัย เช่น การอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง มีการรับรองสรรพคุณอย่างไม่น่าเป็นไปได้ ให้ดูรายละเอียดใน “ข้อห้ามในการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพแต่ละประเภท”



การร้องเรียน กับหน่วยงานที่รับผิดชอบ

การร้องเรียนได้ถูกต้องตรงกับหน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้กระบวนการร้องเรียนรวดเร็วและสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที โดยมีรายละเอียดหน่วยงานและประเด็นการร้องเรียน ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)



**กสทช.
โทร.1200**

ประเด็นการร้องเรียน

การให้บริการวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และการออกอากาศเนื้อหารายการโฆษณาเฉพาะวิทยุ-โทรทัศน์

ตัวอย่าง

- เคเบิลทีวี ทวีดาวเทียมให้บริการที่ไม่เป็นธรรม เช่น ภาพไม่ชัด รับชมไม่ได้ จอดำ
- ใช้บริการเคเบิลทีวี/ทวีดาวเทียม ชำระเงินล่วงหน้าแต่ไม่ได้รับบริการตามสัญญา
- เนื้อหาและภาพความรุนแรงทางโทรทัศน์
- สื่อโทรทัศน์นำเสนอเกี่ยวกับเรื่องเพศ เช่น ฉากการมีเพศสัมพันธ์ ฉากข่มขืน

การร้องเรียน กับหน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)



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 กระทำผิดทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
ออนไลน์

ตัวอย่าง

- พบเห็นการกระทำความผิดกฎหมายในสื่อออนไลน์ เช่น พบเห็น
เว็บพนันออนไลน์
- การถูกกลั่นแกล้งหรือทำให้เสียหายในสื่อออนไลน์ เช่น
ถูกตัดต่อภาพโป๊เปลือย โดนแฉ็กเฟชบุ๊ก
- ได้รับสินค้าไม่ตรงปกจากการซื้อออนไลน์



ช่วยกันบอกต่อ

ผู้สูงวัยที่พบการโฆษณาหรือการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ รวมทั้งการพบเห็นการกระทำอันก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่น เช่น การคุกคามทางไซเบอร์ การถูกก่อกวนจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ หากไม่มั่นใจอาจสอบถามเจ้าหน้าที่ว่าการนำเสนอเนื้อหาและการกระทำดังกล่าวนั้นถูกต้องหรือไม่

หลังจากนั้น แจ้งคนภายในชุมชนให้ทราบในเวทีการประชุมของชุมชน วัด โรงเรียน หอกระจายข่าว หรือหากไม่มั่นใจขั้นตอนการร้องเรียนเมื่อพบเห็นการกระทำที่หมิ่นเหม่เป็นความผิดให้แจ้งผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ตำรวจหรือโรงเรียนผู้สูงอายุเพื่อประสานเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนตรวจสอบและดำเนินการต่อไป



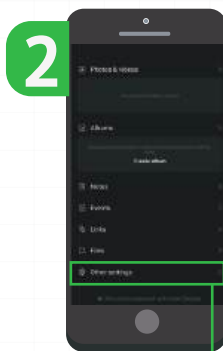
รายงาน (report) การใช้งานที่ไม่เหมาะสมของผู้ใช้คนอื่นในสื่อสังคมออนไลน์

เมื่อผู้สูงวัยที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ติดต่อนัก เห็นว่าผู้ใช้คนอื่นโพสต์ต่ออะไรที่ไม่เหมาะสมสามารถรายงาน (Report) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ โดยการคลิกหรือการกดเลือกข้อความเพียงไม่กี่ครั้ง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

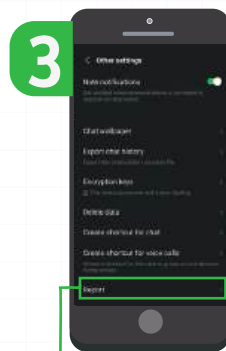
ไลน์



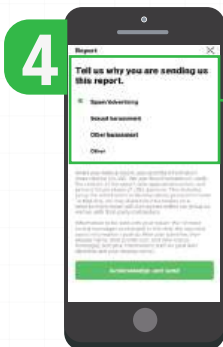
กดที่ “≡” ด้านบน
หน้าจอแชท



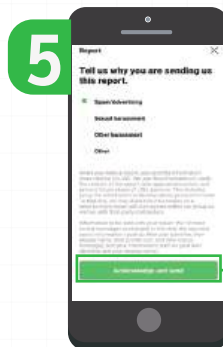
กด “ตั้งค่า”



กด “รายงานปัญหา”



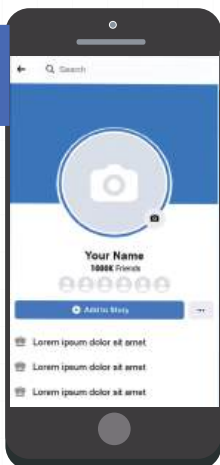
เลือกปัญหาที่ต้องการรายงาน



กด “รับทราบและส่ง”

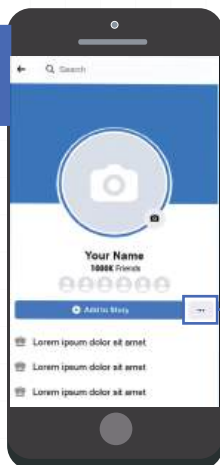
เฟชบุ๊ก

1



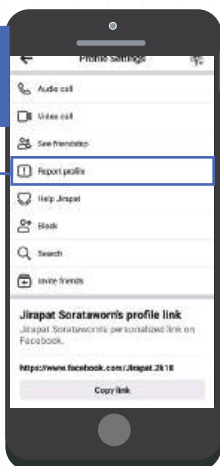
ไปที่โปรไฟล์ (Profile) ที่ต้องการรายงาน โดยการกดที่ชื่อของโปรไฟล์นั้นในฟีด หรือค้นหาโปรไฟล์นั้น

2



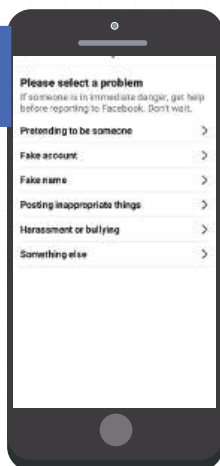
กด “...” ที่ด้านขวา

3



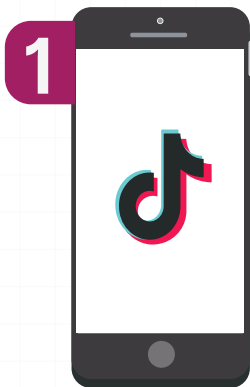
กด “ขอความช่วยเหลือหรือรายงาน”

4

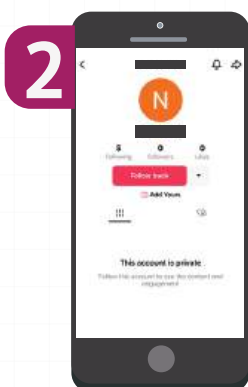


เลือกเหตุผลที่จะรายงานโปรไฟล์นั้น

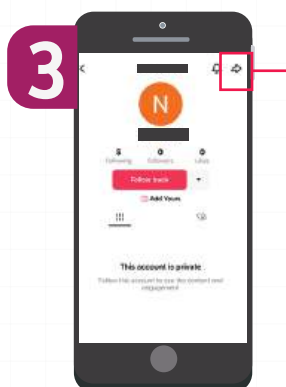
ตักตอก



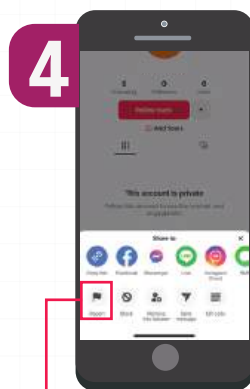
เปิดตักตอก



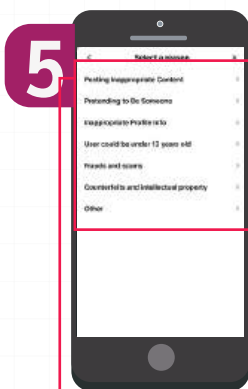
ค้นหาผู้ใช้ที่ต้องการรายงาน



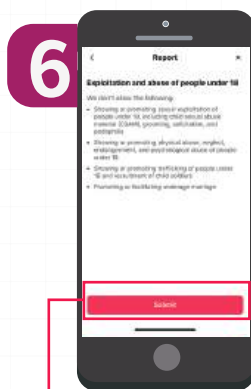
กด "แชร์" มุมขวา



เลือก รายงาน (Report account)



เลือกเหตุผลที่จะรายงานไปโพสต์นั้น



กดส่ง (Submit) เพื่อรายงานผู้ใช้ตักตอก

มาทำกิจกรรมกันเถอะ

การจัดกิจกรรม

กิจกรรมประจำบทที่ 5 ประกอบด้วย 2 กิจกรรม

1. กิจกรรมที่ 1 สู้ภัยกับการมีส่วนร่วมในสื่อ
 2. กิจกรรมที่ 2 เจอแบบนี้...แฉ่งที่ไหน
- สามารถเลือกเพียง 1 หรือ ทำทั้ง 2 กิจกรรมได้

กิจกรรมที่ 1 คลิป : สู้ภัยกับการมีส่วนร่วมในสื่อ

ขั้นตอนการจัดกิจกรรม

1	เปิดคลิปประจำบท เพื่อทำความเข้าใจ “การมีส่วนร่วมในสื่อ” (3 นาที)
2	จัดกลุ่ม ๆ ละ 10 คน พร้อมพี่เลี้ยง 1 คน (2 นาที)
3	วิทยากรให้แต่ละกลุ่มพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ในประเด็น “ประสบการณ์การมีส่วนร่วมในสื่อ” (15 นาที)
4	พี่เลี้ยงสรุปคำตอบและการแสดงความคิดเห็น แต่ละกลุ่ม (5 นาที)
5	สรุปกิจกรรมที่ 1 (5 นาที)

ระยะเวลาที่ใช้ 30 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

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

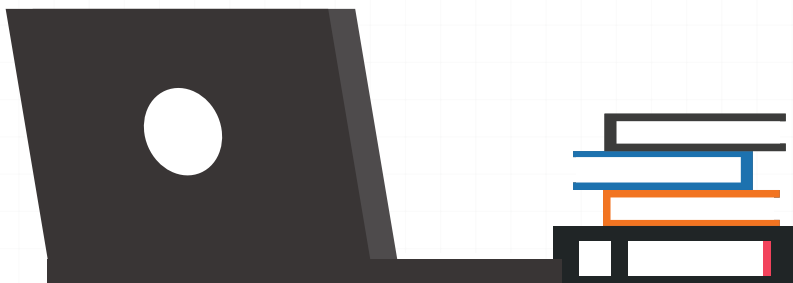


กิจกรรมที่ 2

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)



คำอธิบายการเล่นเกม (ต่อ)

5

ให้ตัวแทนชูป้ายคำตอบที่สมาชิกในกลุ่มเลือก

6

ตอบถูกได้รับ 1 คะแนน กลุ่มที่ได้คะแนนมากที่สุดเป็นผู้ชนะ

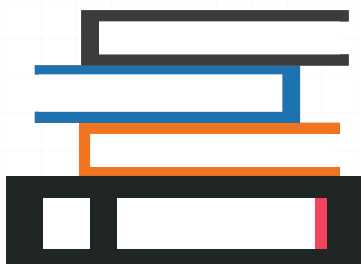
7

ผู้นำกิจกรรมสรุปกิจกรรมที่ 2 (5 นาที)

ระยะเวลาที่ใช้ 30 นาที

สื่อ / อุปกรณ์

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



ใบกิจกรรมที่ 2

เจอแบบนี้...ແจ้งท่ไหนด

คำถำม เมื่อพบเจอเหตุการณ์แบบนี้แล้วสามารถแจ้งหรือร้องเรียนไปยัง
หน่วยงานและช่องทางใด

หมายเลข	ข้อความ (เจอแบบนี้)	ร้องเรียน หน่วยงาน
1	โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในวิทยุ ที่โอ้อวดสรรพคุณเกินจริง “หน้าต้ง ออกฟู รุพิต”	อย. (1556) และ กสทช. (1200)
2	พบเนื้อหาและภาพ ความรุนแรงทางโทรทัศน์	กสทช. (1200)
3	เคเบิลทีวี ที่วิวดาวเทียมให้บริการ ที่ไม่เป็นธรรม เช่น ภาพไม่ชัด รับชมไม่ได้ จอดำ	กสทช. (1200)
4	ละครโทรทัศน์ที่น่าเสนอ ฉากเกี่ยวกับเรื่องเพศ (เช่น ฉากการมีเพศสัมพันธ์ ฉากข่มขืน)	กสทช. (1200)

คำถาม เมื่อพบเจอเหตุการณ์แบบนี้แล้วสามารถแจ้งหรือร้องเรียนไปยังหน่วยงานและช่องทางใด

หมายเลข	ข้อความ (เจอแบบนี้)	ร้องเรียน หน่วยงาน
5	ได้รับสินค้าไม่ตรงปก จากการซื้อออนไลน์	กระทรวง ดิจิทัลฯ (1212)
6	รายการวิทยุนำเสนอเนื้อหาที่ ส่งเสริมการสูบบุหรี่หรือยาเสพติด	กสทช. (1200)
7	โฆษณาอาหารเสริมเปลี่ยนแปลง โครงสร้างใบหน้าในสื่อออนไลน์	อย. (1556)
8	ใช้บริการเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม ชำระเงินล่วงหน้าแต่ไม่ได้ รับบริการตามสัญญา	กสทช. (1200)
9	คนรู้จักถูกตัดต่อภาพไปเปลี่ยน และเผยแพร่ในสื่อออนไลน์	กระทรวง ดิจิทัลฯ (1212)
10	พบโฆษณาหลอกลวงในหนังสือพิมพ์ ทำให้เข้าใจผิดว่าเป็น สมุนไพรรักษาโรคมะเร็ง	อย. (1556)

คำถาม เมื่อพบเจอเหตุการณ์แบบนี้แล้วสามารถแจ้งหรือร้องเรียนไปยังหน่วยงานและช่องทางใด

หมายเลข	ข้อความ (เจอแบบนี้)	ร้องเรียน หน่วยงาน
11	โฆษณาในไลน์โอ้อวดเกินจริง เช่น ช่วยยับยั้งกระบวนการสร้าง เมลา닌ที่เป็นสาเหตุของผิวหมองคล้ำ	อย. (1556)
12	มีการโฆษณาสินค้าในสื่อโทรทัศน์ นานเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด หรือบ่อยครั้ง	กสทช. (1200)
13	โดนแฮ็ก เฟซบุ๊ก	กระทรวง ดิจิทัลฯ (1212)
14	การโฆษณาชักชวนในสื่อวิทยุ ให้เสียเงินจำเป็น เช่น การซื้อ เป็นของฝาก ใช้ประจำ กินทุกวัน	อย. (1556) และ กสทช. (1200)
15	พบเห็นเว็บพนันออนไลน์	กระทรวง ดิจิทัลฯ (1212)

บทสรุป

แนวทางการมีส่วนร่วมในกระบวนการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงวัยมี 3 แนวทางที่สำคัญ ได้แก่

1) การแสดงความคิดเห็น การส่งต่อและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างมีจริยธรรมและสำนึกรับผิดชอบ

2) การมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์ ขับเคลื่อนให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน และสังคม

3) การมีส่วนร่วมในการร้องเรียน เพื่อปกป้องและเรียกร้องสิทธิของตน คนรอบข้าง และสังคม โดยการร้องเรียนการกระทำผิดในสื่อทั้งการนำเสนอเนื้อหาการโฆษณาที่ไม่เหมาะสม และการกระทำที่เป็น การเอาเปรียบผู้บริโภคสื่ออื่น ผู้สูงวัยสามารถร้องเรียนได้ด้วยตนเอง ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ แนวทางการมีส่วนร่วมในสื่อดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยทักษะของการรู้เท่าทันสื่อ ดังนั้น ผู้สูงวัย จำเป็นที่จะต้องพัฒนาตนให้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพื่อเป็นพลังสำคัญในการสร้างนิเวศสื่อที่ดีให้เกิดขึ้นในสังคม ให้สมกับที่เป็น “สูงวัย รู้สิทธิ ทันสื่อ” อย่างแท้จริง

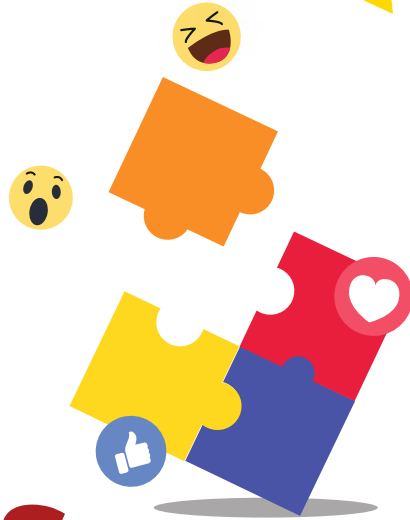
บรรณานุกรม

- 1.ONENEWS31. (17 ตุลาคม 2566). รพ.ระบบล่ม ทำหมอมะละคนไข้. จาก <https://www.tiktok.com/@onenews31/video/7290837618886053121>. เมื่อ 29 ตุลาคม 2566.
2. เกสัชพีหมี. (6 มีนาคม 2566). น้ำมันงาดำสกัดเย็นตัวดัง ตีจริง...พริ่เมี่ยมจริง...หรือมีดีแค่การตลาด?. จาก <https://www.tiktok.com/@k.gorawit/video/7240309695125277978?q=black%20seed&t=1697987838720> เมื่อ 29 ตุลาคม 2566.
3. สำนักับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. (2566). MEDIA LITERACY.รู้ฤทธิ์ รู้ทันสื่อ. คู่มือหลักสูตรการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ (ระดับประชาชน). สำนักับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ 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.สำนักับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. สายด่วนเพื่อผู้บริโภคสื่อฯ. จาก <https://bcp.nbtc.go.th/th-detail/2020-04-22-12-16-29>. เมื่อ 22 ธันวาคม 2566.

สำหรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

คู่มือ

กิจกรรม สันตนาการ



กิจกรรมที่

1

เพลง ครับ สวัสดิ์ครับ!

เพลง ครับ สวัสดิ์ครับ!

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้สูงอายุได้เตรียมความพร้อม
และเป็นการขยับ กล้ามเนื้อมัดเล็ก และมัดใหญ่
เพื่อให้ตื่นตัว รวมถึงการฝึกสมองซีกซ้าย ซีกขวา

เนื้อเพลง:



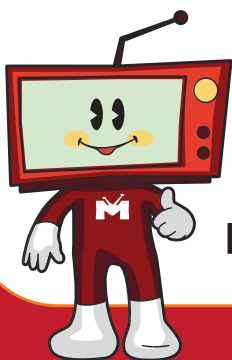
*** ครับ สวัสดิ์ครับ!** พมซื้อมีดกฐี ไม่ติดปัญห* (ซ้ำ)

แแก้ว กะลา ชัน โว่ง เป่าลูกโป่ง

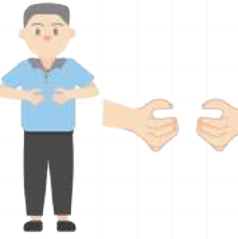
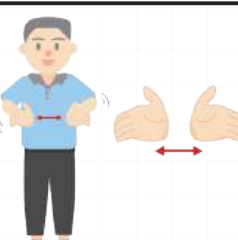
โว่ง ชัน กะลา แแก้ว

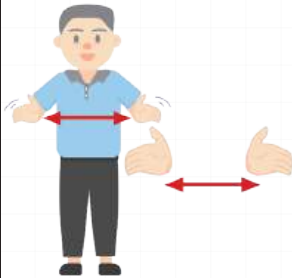
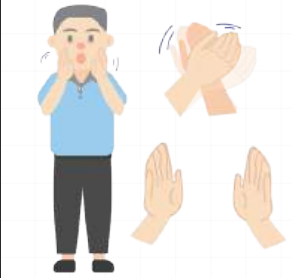
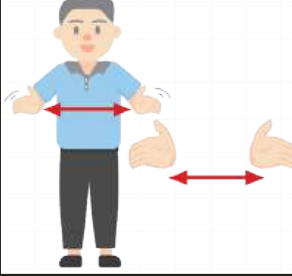
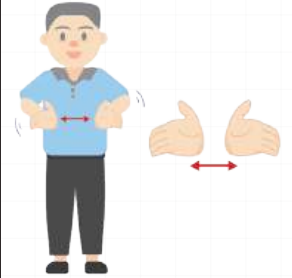
ตา หู จมูก ปาก ตา

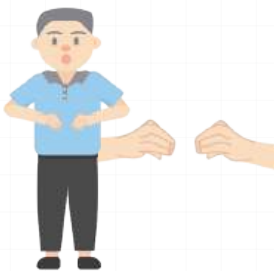
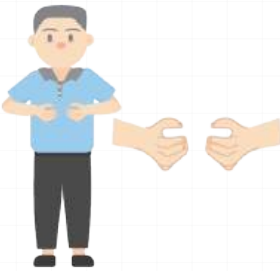
หู จมูก ปาก ตา หู จมูก ปาก ตา



ทำประกอบเพลง

เนื้อเพลง	ท่าทาง	บรรยายท่าทาง
ครับ สวัสดิ์ครับ! พบชื่อ มีฤทธิ์ ไม่ติดปัญหา ซ้ำ		ปรบมือตาม จังหวะเพลง
แแก้ว		นำมือทั้ง 2 ข้างทำเป็น รูปตัวซี หันเข้าหากัน จำลองท่าจับแแก้วน้ำ
กะลา		คว่ำมือทั้ง 2 ข้างลง ขนานกับพื้นจำลอง เป็นภาพกะลา
ขัน		หงายมือทั้ง 2 ข้าง ขึ้นขนานกับพื้น จำลองเป็นภาพขัน

เนื้อเพลง	ท่าทาง	บรรยายท่าทาง
โถ่ง		ยกมือทั้ง 2 ข้าง เหนือศีรษะ ความกว้างระดับไหล่ จำลองเป็นภาพโถ่ง
เป่าลูกโป่ง		นำมือทั้ง 2 ข้าง มาวน ที่บริเวณข้างแก้ม จำลองท่าเป่าลูกโป่ง
โถ่ง		ยกมือทั้ง 2 ข้าง เหนือศีรษะ ความกว้างระดับไหล่ จำลองเป็นภาพโถ่ง
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

ทำยัดเหยียด ประกอบเพลง เวิร์ดๆ

เพลง เวิร์ดๆ

เพื่อให้ผู้ร่วมกิจกรรมตระหนักถึงการรู้เท่าทันสื่อ การชม แชร์ สแกนสื่อผ่านหน้าจอ การร้องเรียน เมื่อพบเนื้อหา หรือ สื่อที่ไม่เหมาะสม ข่วปลอม เว็บบัน และ ทำให้ได้ออกกำลังกายด้วยท่าทางที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

(ความยาวคลิปประมาณ 3.30 นาที)





1

ເປີດຄລິບ: ເພລງ ເວີະ ໆ

2

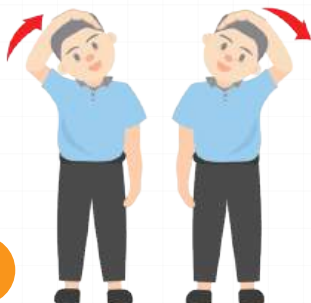
ຜູ້ນຳກິຈກຮມສາຣິຕາກຍຶດເຍື້ຍດ
ຕາມຈິງເວເພລງ ເວີະ ໆ ແລະຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມກິຈກຮມປູນັບຕິຕາມ

3

ກຳປະກອບເພລງ ເວີະ ໆ ດ້ວຍ
ກາຣເຄື່ອນໂຫວທີ່ອຸ່ງກັບທີ່ (Non-Locomotor Movement)
ແລະ ກາຣເຄື່ອນໂຫວທີ່ເຄື່ອນທີ່ (Locomotor Movement)

การอบอุ่นร่างกาย (Warm up)

เิ๊ะๆ ซูซู่ ซูซู่~
ซัดซาตาตาต้า~
เิ๊ะๆ เพลงนี้ไม่ได้ฟัง
จะเสียใจ..



1

ทำยืดกล้ามเนื้อคอด้านข้าง

เิ๊ะๆ ซูซู่ ซูซู่~
ซัดซาตาตาต้า~
เิ๊ะๆ ถ้าคุณไม่ลองฟัง
จะเสียใจ..



2

ทำยืดกล้ามเนื้อหน้าอก

เลื้อนดูหน้าจอ
เรื่องดี ๆ ก็มีเยอะ



3

ทำยืดกล้ามเนื้อหัวใจและสะบัก

เลื้อนดูหน้าจอ
เรื่องบางเรื่อง ทำจะเวอร์



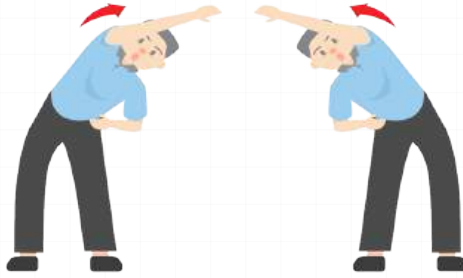
4

ทำกล้ามเนื้อตบเนื้อต้นแขนทางด้านหลัง



เลื่อนดูหน้าจอ เพื่อดูไม่ทำกัน
ก็พลัดต้องเสียใจ ไม่รู้ตัว

5



ทำยืดกล้ามเนื้อด้านข้างลำตัว ด้านซ้ายและด้านขวา



ข่าพลอมให้แฮร์มีเป็นร้อย
ข้อความรุนแรงมีเป็นพัน

6

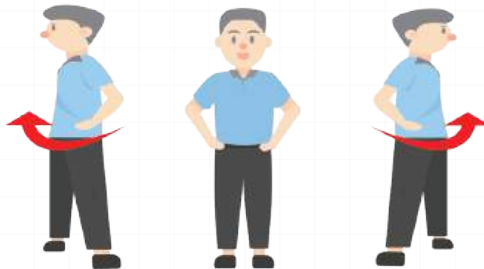


ทำยืดกล้ามเนื้อโดยการยืดตัวและก้มตัว



พบนอนโลนหมดเป็นล้าน น่ากลัวใช้หม..
สแกน อะไร อย่าใจร้อน ต้องเย็นไว้ก่อน ต้องชั่งใจ

7



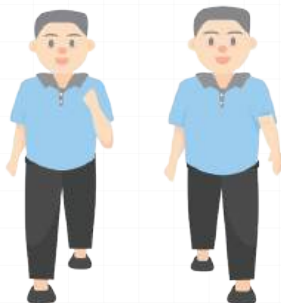
ทำบิดตัวด้านซ้ายและด้านขวา

ท่าออกกำลังกาย(Locomotor Movement)

1

ท่าเดิน

🎵 เอ๊ะๆ เอ๊ะนั่นอะไร
ที่พูดมา เกินจริงไปหมด(เราเชื่อได้ไหม)
เนื้อหาอะไรก็ไม่ใช้ ให้หนีไป..

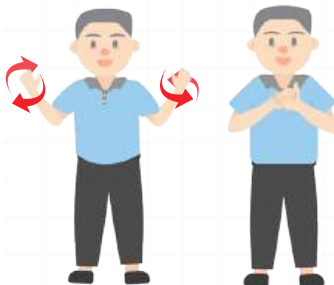


การก้าวเดินไปด้านหน้าอย่างเป็นจังหวะ และ
ก้าวเดินถอยหลังอย่างเป็นจังหวะ

2

ท่าก้าว-ชิด-ก้าว
ไปด้านข้าง

🎵 เอ๊ะ ๆ ถ้าคุณไม่แน่ใจ
มีใคร จะคุยกันได้ไหม (ก็ถามใครที่รู้)
เนื้อหา อะไรก็ไม่ใช้ บอกแอดมิน..



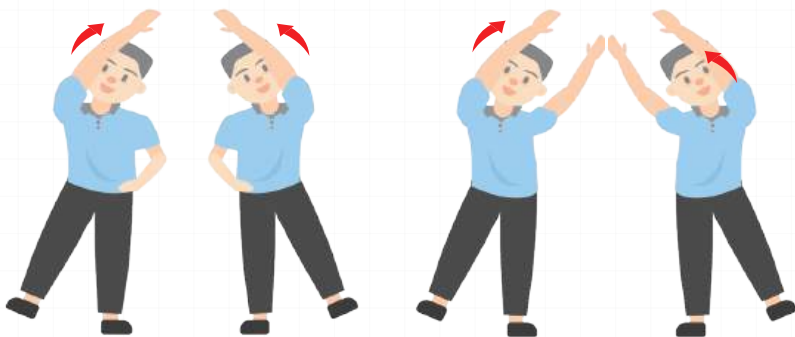
การก้าวเท้าใดเท้าหนึ่งไปด้านข้าง แล้วลากอีกเท้าหนึ่งมาชิด
ถ้าเคลื่อนที่ไปทางซ้าย ก้าวเท้าซ้ายลากเท้าขวามาชิด
ถ้าเคลื่อนที่ไปทางขวา ก้าวเท้าขวาลากเท้าซ้ายมาชิด



ข้าวปลอมให้แะซีมีเป็นร้อย ข้าวความรุนแรงมีเป็นพัน
พบนอนไลน์หมดเป็นล้าน บ่กลัวไข้โหม..
สแกน อะไร อย่าใจร้อน
ต้องเย็นไว้ก่อน ต้องชั่งใจ

3

ท่าโบก



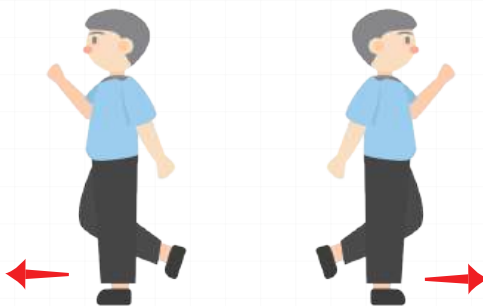
การเคลื่อนไหวส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย ให้เป็นรูปโค้ง
หรือแบบลูกตุ้มนาฬิกา



เอ๊ะ.. เอ๊ะ..นั่นอะไร
ที่พูดมา เกินจริงไปไหม(เราเชื่อได้ไหม)
เนื้อหาอะไรที่ไมใช่ ให้หนีไป..

4

ท่าก้าว-ชิด-ก้าว

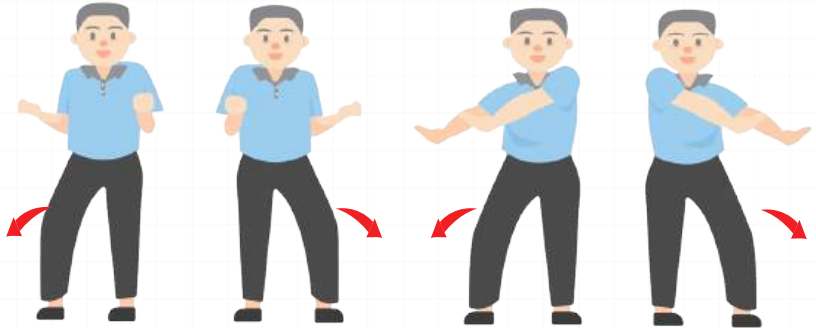


การก้าวเท้าไปข้างหน้า ดึงอีกเท้าเข้าไปชิดเท้าแรก
กึ่งน้ำหนักตัวไว้ที่เท้าหลัง แล้วก้าวเท้าแรกไปข้างหน้า
น้ำหนักตัวอยู่ที่เท้าหน้าเสมอ

🎵 เอ๊ะ ๆ ถ้าคุณไม่แน่ใจ
มีใคร จะคุยกันได้ไหม (ก็ถามใครที่รู้)
เนื้อหา อะไรก็ตามใช้ ให้ร้องเรียน..

5

ท่าโยกเอว



การถ่ายน้ำหนักร่างกายส่วนหนึ่งส่วนใดไปยังอีกส่วนหนึ่ง
โดยส่วนทั้งสองจะต้องแตะพื้น คนละครึ่งสลับกันไป

🎵 เอ๊ะ ๆ เอ๊ะ ที่พูดไป
ยังจำและทำตามได้ไหม
เนื้อหาอะไรก็ตามใช้ ให้ร้องเรียน
เนื้อหาอะไรก็ตามใช้ ให้ร้องเรียน

6

ท่าหมุนมือ



การเคลื่อนไหวของร่างกาย ย่ำเท้าและหมุนมือเป็นวงกลม
ทำ 8 ครั้ง และ หันไปด้านข้าง ทำ 4 ทิศ

กิจกรรมที่ 3

บันไดงู รู้ทันสื่อ

สื่อ/อุปกรณ์

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

ບັນໄດງ ຮູ້ກັນສົ່ງ

ເກມ :



ບັນໄດງ ຮູ້ກັນສົ່ງ

ວັດຖຸປະສົງ : ເພື່ອສຸກພລການຮຼຍນຮຼ
ແລະຄວາມເຂົ້າໃຈຂອງພຼ່ເຂົ້າຮ່ວມອບຮມໃນ
ໂຮງການສູງວັຍ ຮຼສືກຮຼ ກັນສົ່ງ ພ່ານກືຈກຮຮມ
ເກມນັ້ນກຸນາການ

ตารางเกมบันไดงู รู้กันสื่อ

1. แบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม
2. แต่ละกลุ่มตัวแทนจะทอยลูกเต๋า กลุ่มใดได้จำนวนแต้มมากที่สุดจะได้เล่นเกมก่อน และสลับต่อในกลุ่มถัดไปตามลำดับ
3. ผู้เล่นทำการทอยลูกเต๋าลงแล้วเดินไปตามช่องที่ทำไว้ตามแต้มบนลูกเต๋า หากตกช่องบันไดก็ให้ขึ้นไปสุดบันได หากตกช่องที่มีงู ให้ลงมาจากปากงูไปยังหางงู หากตกช่องที่มีข้อคำถามให้ตอบคำถาม หากตกในช่องที่มีใบกิจกรรมให้ปฏิบัติตามกิจกรรมตามที่เขียนไว้
4. ผู้เล่นพละทดกันทำเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ ผู้ชนะคือผู้เล่นที่เดินไปถึงเส้นชัยเป็นกลุ่มแรก
5. ผู้นำกิจกรรมสรุปกิจกรรม

