



กทปส

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจากเงินกองทุนวิจัยและพัฒนา
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

ประจำงวดที่ ๔

โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถ
ในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

สมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)
The Professionals of Broadcasting Council Association (Thailand)

ได้รับทุนอุดหนุนจาก
กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
เพื่อประโยชน์สาธารณะ (สำนักงาน กสทช.)

1. ความเชื่อมโยงกับโครงการอื่น

ปี 2550 ถึง 2560 นับว่าเป็นช่วงเวลาครั้งสำคัญของประเทศไทย ช่วงเวลาการเปลี่ยนผ่านของ Platform สำคัญ จากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกภาคพื้นดินที่ใช้มานานกว่า 60 ปี ได้ก้าวเข้าสู่ยุคโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อส่งผลให้การประกอบกิจการของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลขยายตัวขึ้น เนื่องจากคาดการณ์กันว่า ผลจากการเปลี่ยนผ่านครั้งสำคัญนี้ จะส่งผลก่อให้เกิดการขยายตัวครั้งใหม่ของสื่อ ทั้งในเชิงปริมาณที่เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่มากขึ้นอีกหลายเท่าตัว และเกิดการส่งผ่านสื่อไปใน Platform รูปแบบใหม่ๆ จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล โดยสถานีโทรทัศน์ระบบใหม่เอื้อให้เกิดช่องทางการรับชมที่สะดวกสบายและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพสูง ปริมาณการผลิตจะเป็นตัวกระตุ้นปริมาณการรับชมสื่อให้เพิ่มขึ้นตามไปด้วยอย่างรวดเร็ว ปริมาณการผลิตเนื้อหารายการ (Content) และช่องทางการแพร่กระจายของสื่อจะขยายตัวเพิ่มขึ้นไร้ขีดจำกัดอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

หน่วยงานหลายฝ่ายโดยเฉพาะองค์กรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับสื่อ โดยเฉพาะองค์กรเฝ้าระวังสื่อ องค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งองค์กรด้านสิทธิเด็กและเยาวชน ทั้งภาครัฐ ภาคประชาสังคม เกิดการตื่นตัวด้วยความวิตกกังวลอันเนื่องมาจากความไม่พร้อมของภาคประชาชนในฐานะผู้บริโภคสื่อที่ส่วนมาก ขาดความตระหนักถึงความสำคัญ ขาดความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการรู้ให้ “เท่าทันสื่อ” ในเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา จึงมีการรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้บริโภคสื่อหันมาให้ความสนใจกับความรู้เท่าทันสื่อกันมากขึ้น อย่างเห็นได้ชัด

หลายหน่วยงาน และองค์กรที่ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสื่อ มีการดำเนินโครงการที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันเพื่อส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีเช่น “โครงการเด็กไทยรู้เท่าทันสื่อ” ที่เป็นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานสำคัญหลายหน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) และมูลนิธิอินเตอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย โดยโครงการดังกล่าวมุ่งเน้นขยายแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อผ่านกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน เครือข่ายผู้ปกครอง โรงเรียน ในรูปแบบกิจกรรมสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมการจัดนิทรรศการ กิจกรรม Roadshow ไปตามโรงเรียน การสัมมนา เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ส่วนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ซึ่งเป็นองค์กรที่มีบทบาทรับผิดชอบโดยตรงด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ ที่ถูกกำหนดบทบาทและภารกิจให้เป็นไปตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 -2559) โดยระบุไว้ในวัตถุประสงค์ วงเล็บ 4 ในหัวข้อที่ 5.4 ยุทธศาสตร์ ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสารให้ สำนักงาน กสทช. ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ “เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ” สำนักงาน กสทช. จึงริเริ่มจัดกิจกรรมที่เรียกว่า **Smart Media for Smart Consumers** ระหว่างวันที่ 24 - 26 กันยายน 2558 โดยได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ได้เข้ามาร่วมระดมความคิด บนแนวคิด **Smart Media for Smart Consumers** ด้วยหลักการและเหตุผลสำคัญคือ หน้าที่ในการส่งเสริมให้ผู้บริโภคสื่อ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ดิจิตอลภาคพื้นดินเกิดความตระหนักและได้รับประโยชน์จากความรู้เท่าทันสื่อที่ยั่งยืนนั้น ควรเป็นบทบาทร่วมกัน ทั้งบทบาทที่มาจากฝ่ายผู้ประกอบการผู้ผลิตและเผยแพร่สื่อ (**Supply side**) และบทบาทสำคัญในฐานะผู้บริโภคสื่อจากด้านของผู้บริโภคสื่อ (**Demand side**) หากสามารถจัดบทบาทให้เกิดความสมดุลเหมาะสมระหว่างด้านของผู้ประกอบการสื่อ ผู้ผลิตสื่อ และฝ่ายผู้บริโภคสื่อ ได้อย่างชาญฉลาดแล้ว ผลประโยชน์ก็จะตกอยู่กับทุกฝ่าย ไม่ต้องโทษกันว่า ใครควรจะรับผิดชอบ สื่อที่ดีต้องผลิตเนื้อหาและสื่อสารไปยังผู้บริโภค ผู้บริโภคที่ตระหนักถึงบทบาทการรู้เท่าทันสื่อ สามารถเลือกบริโภคสื่อด้วยความเข้าใจและได้รับประโยชน์ตามที่ต้องการตามความหมายและแนวคิดหลักของกิจกรรม “สื่อฉลาดเพื่อการบริโภค อย่างฉลาด” ความรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะที่พัฒนาขึ้นได้จากทั้งฝ่ายผลิตและฝ่ายบริโภคโดยไม่จำเป็นต้องละทิ้งคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ และความบันเทิงในการรับชม “**โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์**” นอกจากเพื่อให้เป็นไปตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559) และ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พุทธศักราช 2553 ในหมวดที่ 4 ว่าด้วยเรื่อง “กองทุนวิจัย และพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ” ที่กำหนดให้มีการ “ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัย และพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ...” ยังเป็นการต่อยอดความสำเร็จจากกิจกรรมโครงการ **Smart Media for Smart Consumers** ที่สำนักงาน กสทช. ริเริ่มไว้ และดำเนินการในกรอบแนวทางเดียวกันกับ แผนงานของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) ที่ได้ดำเนินกิจกรรมรณรงค์รู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเด็กและเยาวชนอย่างต่อเนื่องทุกปี จะมีส่วนสนับสนุนให้โครงการนี้ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2. ผู้ใช้ประโยชน์จากโครงการ

เพื่อให้ “โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559)

ผู้จัดทำโครงการฯ พิจารณาจัดระดับผู้ใช้ประโยชน์จากโครงการฯ ออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

ระดับผู้รับประโยชน์โดยตรง ได้แก่

- 1) ประชาชนในฐานะผู้บริโภคสื่อ (Media Consumer)
- 2) ผู้ประกอบการในกิจการวิทยุและโทรทัศน์ (Media Owner) และผู้ผลิตเนื้อหา (Content)
 - เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกของผู้ประกอบการในกิจการวิทยุและโทรทัศน์ให้ใส่ใจและเพิ่มความรับผิดชอบต่อประชาชนในฐานะผู้บริโภคสื่อ โดยไม่มุ่งเอาผลประโยชน์เป็นเป้าหมายแต่เพียงอย่างเดียว
 - เพื่อนำองค์ความรู้เท่าทันสื่อ มาใช้พัฒนาเนื้อหาสื่อ ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์โดยตรง ทั้งต่อประชาชนและผู้ประกอบการ
 - เพื่อเป็นแนวทางประกอบการในกิจการวิทยุ และโทรทัศน์ ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 หรือข้อบังคับอื่น ที่กำหนดโดยคณะกรรมการ กสทช.
 - เพื่อสร้างความร่วมมือ ร่วมสร้างกลไกเฝ้าระวัง กลไกการประเมินที่เชื่อถือได้และเป็นประโยชน์ การวิจัยพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การรู้เท่าทันสื่อระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงาน กสทช. องค์กร สมาคมวิชาชีพของผู้ประกอบกิจการวิทยุและโทรทัศน์ ผู้ผลิตเนื้อหารายการ สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชนด้านสิทธิผู้บริโภค องค์กรด้านสิทธิเด็กและเยาวชน องค์กรเฝ้าระวังด้านสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน และอื่นๆ

ระดับผู้รับประโยชน์ โดยอ้อมจากโครงการฯ ได้แก่

- 1) สำนักงาน กสทช. ในฐานะหน่วยงานที่ปฏิบัติตามแผนแม่บท
 - เพื่อสามารถประเมินผลการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559)
 - เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลผู้ประกอบการในกิจการวิทยุและโทรทัศน์

- เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการจัดการองค์ความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อ
- เพื่อออกแบบกิจกรรมสนับสนุนในส่วนที่เพิ่มเติม
- เพื่อให้โครงการส่งเสริมความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน เกิดความก้าวหน้า มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มีความคุ้มค่าด้านงบประมาณ และทำให้ทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในจิตสำนึก ของทั้งผู้ประกอบการ และผู้บริโภคสื่อได้อย่างยั่งยืน

2) องค์กร และหน่วยงานด้านสื่อ (Media Watch Agency)

- เพื่อสร้างความร่วมมือในการตรวจสอบเฝ้าระวังสื่อที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในทุกช่องทาง (Platform) ที่มีการนำเสนอสื่อ
- เพื่อสร้างเครือข่ายทางวิชาการสนับสนุนให้มีการประเมินสื่ออย่างถูกต้องเป็นไปตามหลักวิชาการ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ
- เพื่อกระตุ้นให้เกิดข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์ และร่วมกันรับผิดชอบ ในการส่งเสริมให้ประชาชน และองค์กรสื่อ ผู้ประกอบการด้านสื่อ ผู้ผลิตเนื้อหารายการ (Content) มีความรู้ความเข้าใจ “การรู้เท่าทันสื่อ” บนฐานทัศนคติ ที่ถูกต้องและในบรรยากาศสร้างสรรค์

3) องค์กรภาคีเครือข่ายด้านพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (Consumer Projection Agency)

- เพื่อสร้างความร่วมมือในการตรวจสอบเฝ้าระวังสื่อทุกช่องทาง (Platform) ที่มีการนำเสนอสื่อ
- เพื่อสร้างความร่วมมือการจัดการเครือข่าย ด้านพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค อย่างใกล้ชิด ร่วมกับสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา และองค์กรด้านสื่ออื่นๆ
- เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและสนับสนุนให้มีการประเมินสื่ออย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ
- เพื่อกระตุ้นให้เกิดข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์ และร่วมกันรับผิดชอบในการส่งเสริมให้ประชาชน และองค์กรสื่อ ผู้ประกอบการด้านสื่อ ผู้ผลิตเนื้อหารายการ (Content) มีความรู้ความเข้าใจ “การรู้เท่าทันสื่อ” บนฐานทัศนคติ ที่ถูกต้อง และในบรรยากาศสร้างสรรค์

4) องค์กรภาคีเครือข่ายด้านการพิทักษ์สิทธิเด็ก (Children’s Right Protection Organization)

- เพื่อสร้างความร่วมมือในการตรวจสอบเฝ้าระวังสื่อทุกช่องทาง (Platform) ที่มีการนำเสนอสื่อ โดยเฉพาะสื่อสำหรับเด็ก

- เพื่อสร้างความร่วมมือการจัดการเครือข่ายและการจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อสำหรับเด็ก สื่อเพื่อการพิทักษ์สิทธิเด็กและเยาวชนร่วมกับสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา และองค์กรด้านสื่ออื่นๆ
- เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้มีการวิจัย การประเมินสื่อที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนอย่างถูกต้อง เป็นไปตามหลักวิชาการอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ
- เพื่อกระตุ้นให้เกิดข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์ และร่วมกันรับผิดชอบในการส่งเสริมให้ประชาชน และองค์กรสื่อ ผู้ประกอบการด้านสื่อ ผู้ผลิตเนื้อหา รายการ (Content) มีความรู้ความเข้าใจ “การรู้เท่าทันสื่อ” บนฐานทัศนคติที่ถูกต้อง และในบรรยากาศสร้างสรรค์

5) องค์กรด้านการจัดการศึกษา (Media Education Agency)

- เพื่อสร้างความร่วมมือและการจัดการเครือข่ายการศึกษาและการจัดการองค์ความรู้ด้านสื่อในสถาบันการศึกษา โดยประสานความร่วมมือร่วมกับ สำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษาอื่นๆ เพื่อกำหนดให้ “การรู้เท่าทันสื่อ” หรือ Media Literacy เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการ “ความรู้เท่าทันสื่อ” หรือ Media Literacy Education ในแผนการเรียนการสอนระดับต่างๆ โดยเฉพาะในระดับการศึกษาภาคบังคับ
- เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้มีการวิจัย การประเมินสื่อ ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรมอย่างถูกต้อง เป็นไปตามหลักวิชาการอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ
- เพื่อกระตุ้นให้เกิดข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์ และร่วมกันรับผิดชอบในการส่งเสริมให้ประชาชนและองค์กรสื่อ ผู้ประกอบการด้านสื่อ ผู้ผลิตเนื้อหา รายการ (Content) มีความรู้ความเข้าใจ “การรู้เท่าทันสื่อ” บนฐานทัศนคติที่ถูกต้อง

3. หลักการและเหตุผลความจำเป็น

3.1) การแข่งขันในอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ ส่งผลต่อการเสนอเนื้อหา

เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง เกิด Platformใหม่ๆ ที่หลากหลาย และกลายเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้รับสื่อ ขณะที่เนื้อหา (Content) ก็มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนารูปแบบไปตามชนิด และลักษณะคุณสมบัติของช่องทางการนำเสนอและ Platform แต่ละชนิด แต่ละประเภท หลากหลายรูปแบบ และเป็นไปตามพฤติกรรมผู้รับสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและไม่หยุดยั้งจากอิทธิพลความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล

การเกิดขึ้นของระบบโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน ทำให้เกิดผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้ผลิตเนื้อหา (Content) ต่างแย่งชิงส่วนแบ่งมูลค่าทางการตลาดที่มีมูลค่ารวมทั้งอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นต่อปีเพียงเล็กน้อยและยังมีแนวโน้มว่าสื่อดิจิทัลช่องทางใหม่ๆ เข้ามามีส่วนแบ่งปันเม็ดเงินในอุตสาหกรรม แม้จะมีส่วนแบ่งไม่มากนัก แต่ก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างมีนัยสำคัญ

ผู้ประกอบการแข่งขันกัน แย่งชิง และปกป้องส่วนแบ่งทางการตลาดของตนเอง โดยมุ่งผลิตและเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องใจผู้รับชมให้มากที่สุดเพื่อครองพื้นที่ความนิยมเชิงปริมาณ (Rating) จนอาจจะเลยการผลิตเพื่อคุณภาพ ส่งผลให้การผลิตและนำเสนอเนื้อหา (Content) อาจขาดความละเอียดรอบคอบ ขาดการกลั่นกรองเนื้อหาอย่างเหมาะสมเพียงพอ และอาจจะเลยการพิจารณาเนื้อหาที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ขาดการตรวจสอบประเมินคุณภาพ ข้อเท็จจริง หรือแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ (พบมากในกลุ่มรายการประเภทข่าว) รวมถึงเนื้อหารายการที่สอดแทรกการโฆษณาแฝง การโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง การโฆษณาชวนเชื่อ เนื้อหาที่แฝงความรุนแรง การแบ่งแยก (Discrimination) ทางวัฒนธรรม เพศสภาพ เพศวิถี ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความแตกต่างของความเชื่อ ความศรัทธา ความแตกต่างของชาติพันธุ์ ความแตกต่างด้านรสนิยม วัฒนธรรมและศิลปะที่เกิดขึ้นให้พบเห็นอยู่เกือบเป็นปกติโดยทั่วไป โดยอาจเกิดขึ้นอย่างตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นความกังวลที่เกิดขึ้นพร้อมการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน

การลดผลกระทบจากการผลิตและนำเสนอเนื้อหารายการที่ส่งผลกระทบต่อสาธารณะดังกล่าว อาจกระทำได้จากด้านของผู้ประกอบการ (Supply side) ใช้กระบวนการควบคุมตรวจสอบโดยฝ่ายที่มีหน้าที่กำกับดูแลตามกฎหมายและข้อบังคับที่กำหนด แต่ไม่ว่ากระบวนการกำกับดูแลการผลิตการเสนอเนื้อหาจะมีมาตรการที่ได้ผลดี มีคุณภาพมากแค่ไหน ก็ไม่อาจคาดหวังได้ว่าจะลดผลกระทบจากเนื้อหารายการลงได้เท่าที่ควร หากจะให้เกิดการลดผลกระทบจากการผลิตและนำเสนอเนื้อหาที่ขาดความรับผิดชอบได้อย่างยั่งยืน จำเป็นที่จะต้องมีการจากฝั่งของผู้บริโภคสื่อ (Demand side) รวมด้วย

มาตรการและกระบวนการในด้านของผู้บริโภค ได้แก่ การส่งเสริมให้ประชาชนหรือผู้บริโภคมีศักยภาพในการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้สามารถพิจารณาแยกแยะการเลือกรับข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณ และใช้ประโยชน์จากสื่อเหล่านั้นได้อย่างรู้เท่าทัน

3.2) ความสอดคล้องกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559)

3.2.1) ความสอดคล้องกับความใน มาตรา 52 (2) หมวดที่ 4 ว่าด้วยเรื่อง “กองทุนวิจัย และพัฒนา กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ” แห่งพระราชบัญญัติ

องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พุทธศักราช 2553 ความว่า

“ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ เทคโนโลยีในการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง”

3.2.2) ความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ ข้อที่วงเล็บ 4 ในหัวข้อ ที่ 5.4 ยุทธศาสตร์ ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร แผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) ความว่า “เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ”

3.3) ปัญหาจากฝ่ายผู้รับสื่อ ขาดทัศนคติ และความเข้าใจเรื่องความจำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อ

สื่อมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตทุกคน ทุกเพศ ทุกกลุ่มอายุ สื่อเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เราทุกคนล้วนได้รับผลกระทบจากสื่อไม่มากก็น้อย ไม่โดยทางตรงก็โดยทางอ้อม สื่อเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบและวิถีชีวิต ทัศนคติ มุมมอง โลกทัศน์ รสนิยม ของผู้รับสื่อมาตั้งแต่มนุษย์เริ่มมีวิวัฒนาการของการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นสื่อพื้นฐาน สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สิ่งพิมพ์ ไปจนถึงสื่อสมัยใหม่ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัลล้วนเป็นสิ่งที่มีมนุษย์มีอาจปิดกั้นมิให้สื่อเข้ามามีอิทธิพลทางความคิด ความรู้สึก และทัศนคติได้โดยง่าย

การมีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาของสื่อจึงเป็นวิธีเดียวที่จะป้องกันผลกระทบจากสื่อที่ไม่พึงประสงค์ การรู้เท่าทันสื่อมิได้หมายความว่าสื่อทุกสื่อเป็นอันตราย เป็นสิ่งที่ต้องหลีกเลี่ยง หรือสื่อมีเจตนาซ่อนเร้นแอบแฝง แต่การรู้เท่าทันสื่อ คือ การมีความรู้ ความเข้าใจ ในวิธีสื่อสาร หรือที่เรียกว่า ภาษาของสื่อเข้าใจในสิ่งที่สื่อต้องการนำเสนอ เมื่อผู้รับสื่อมีความรู้ ความเข้าใจ ก็จะสามารถเปิดรับสื่อและใช้เหตุผลมาช่วยในการตัดสินใจ ข้อมูลที่ได้รับ มีการตระหนักและเกิดวิจาร์ณญาณในการรับสื่อ และสามารถตรวจสอบข้อมูลด้วยหลักเหตุผล ใคร่ครวญและแสดงความคิดเห็นตอบโต้ข้อมูลที่ื่อนำเสนอ ผู้ที่ขาดความรู้เท่าทันสื่อจะไม่สามารถใช้วิจาร์ณญาณวิเคราะห์ข้อมูลที่รับได้ ก็จะตกอยู่ในสถานะของผู้รับสื่อฝ่ายเดียว ไม่อาจที่จะตัดสินใจได้ว่า ข้อมูลที่ได้มาจากเนื้อหาสื่อ นั้นถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ และอาจได้รับผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์จากสื่อ เช่น ความเข้าใจที่ผิดไปจากความเป็นจริง หรือกรณีที่เป็นผู้บริโภคข้อมูลจากการโฆษณาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง อาจก่อให้เกิดการถูกเอาเปรียบในฐานะผู้บริโภคโดยง่าย

การรู้เท่าทันสื่อ ของผู้บริโภคสื่อ แม้ที่จริงก็คือมาตรการการควบคุมสื่อ โดยฝ่ายผู้บริโภค สื่อ หรือการบริโภคโดยปราศจากการควบคุมจากสื่อ หรือผู้ส่งสื่อที่นั่นเอง องค์กรไม่แสวงหารายได้ที่ชื่อ **The National Telemedia Council** องค์กรที่สนับสนุนให้ผู้รับสื่อมีความรู้ความเข้าใจสามารถรับสื่อ ได้อย่างฉลาดเท่าทัน ที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2496 ได้ให้นิยามความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ดังนี้

การรู้เท่าทันสื่อ คือ “ความสามารถที่จะเลือกรับสื่อ ความสามารถที่จะเข้าใจบริบทตามเนื้อหาสาระของแต่ละสื่อ ความเข้าใจถึงรูปแบบและแนวทางในวิธีการนำเสนอสื่อ ความเข้าใจและตระหนักถึงผลกระทบจากสื่อ เข้าใจถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อเพื่อธุรกิจ ยิ่งไปกว่านั้นการรู้เท่าทันสื่อยังครอบคลุมถึง ความสามารถในการตั้งคำถามต่อสื่อที่ได้รับ การตอบโต้ การประเมินคุณค่า ความเข้าใจถึงวิธีการคิดสร้างสรรค์ กระบวนการผลิต สื่อทุกประเภท ได้อย่างรอบคอบ การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นเรื่องของความสามารถในการรับสื่ออย่างมีสติ สามารถตอบสนองสื่อด้วยสติปัญญาและเหตุผล ”

เหตุผลที่ต้องส่งเสริมให้ประชาชนเรียนรู้

เพื่อสร้างทัศนคติและเกิดความตระหนักถึงความจำเป็นของความรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่

3.3.1) รู้ว่า “ความรู้เท่าทันสื่อ” คืออะไร มีความจำเป็นอย่างไร โดยต้องส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใจความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะในการคิดเชิงวิพากษ์ที่ส่งผลให้เกิดความสามารถติดตามมา ความสามารถในการตัดสินใจได้ด้วยตนเองเมื่อได้รับสื่อ เพื่อให้สามารถเลือกประเภทของสื่อ สามารถแปลความสาระในสิ่งที่สื่อนำเสนอผ่านช่องทางการรับสื่อประเภทต่างๆ

3.3.2) ผู้รับสื่อต้องมีความเข้าใจในกระบวนการการผลิตงานสื่อสารมวลชน

สื่อเป็นเพียงช่องทางที่ผู้ส่ง และผู้รับใช้สื่อสารระหว่างกัน ดังนั้น ตัวสื่อเองจึงไม่มีคุณสมบัติ หรือไม่ดี เนื้อหาของสื่อ (Content) ประกอบขึ้นจากปัจจัยต่างๆ มารวมกัน ปัจจัยเหล่านี้คือ สิ่งที่กำหนดคุณสมบัติของสื่อว่าเป็นสื่อที่ดีมีความเหมาะสมหรือไม่ เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้รับสื่อต้องเรียนรู้ว่าสื่อถูกประกอบสร้างขึ้นอย่างไร จากปัจจัยใดบ้าง และมีกระบวนการผลิตอย่างไร หากผู้รับสื่อไม่สามารถจำแนกปัจจัยการผลิตและไม่ทราบกระบวนการผลิต ก็ทำให้ยากต่อการพิจารณาคุณสมบัติของสื่อเหล่านั้น

ปัจจัยการผลิตที่ประกอบสร้างเป็นสื่อ ได้แก่

- ผู้ผลิตหรือผู้ส่งสาร ทั้งที่เป็นบุคคลหรือองค์กร ได้แก่ ผู้สื่อข่าว ทีมงานรายการฝ่ายต่างๆ ทีมผลิตรายการที่มีความเชี่ยวชาญด้านต่างๆ ผู้ประกอบการ เจ้าของกิจการหรือผู้รับใบอนุญาตให้เผยแพร่สื่อผ่านช่องทางการนำเสนอสื่ออื่น เช่น สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ ถือว่าเป็นผู้ผลิตทั้งสิ้น
- เป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อ เป็นอย่างไร เพื่ออะไร ใครได้รับประโยชน์ จากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของสื่ออื่น

- ภาระหน้าที่ของบุคลากร ฝ่ายต่างๆ ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นผู้ผลิตสื่อ เช่น ผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว ช่างภาพข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้แปลข่าว ผู้ตัดต่อ ผู้พากย์ข่าว หรือผู้อ่านข่าว ผู้รายงานข่าว ผู้ควบคุมการผลิต ช่างกล้อง และอื่นๆ
- กลุ่มเป้าหมายที่แต่ละสื่อต้องการสื่อสาร หรือส่งเนื้อหาไปถึง

3.3.3) ความตระหนัก รู้ถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อตนเอง และสังคม

ผู้คนที่มิในฐานะเป็นบริโภคสื่อส่วนมาก ไม่ทราบถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อตนเอง สังคม ชุมชน หรือสถาบันทางสังคมที่ตนเองเกี่ยวข้องด้วย ผู้บริโภคสื่อจำนวนมากมักไม่ตระหนักถึง อิทธิพลของสื่อ ที่มีต่อความคิดของตนเอง มีอิทธิพลต่อการมองโลก ทักษะคิด ความเชื่อ สื่อมีอิทธิพลต่อโลกแวดล้อม สื่อมีอำนาจต่อการตัดสินใจ สื่อบางชนิดมีอิทธิพลต่อการกำหนดแบบแผนและรูปแบบพฤติกรรมของ ผู้รับสื่อ สื่อมีอิทธิพลต่อการกำหนดท่าทีของสังคมในทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ถ้าประชาชน ผู้บริโภคสื่อไม่สนใจ ขาดทักษะการทำความเข้าใจ หรือแม้แต่ไม่ใส่ใจผลกระทบจากสื่อ หากได้รับสื่อที่มีเนื้อหาไม่ดี ไม่เหมาะสม ก็อาจได้รับผลกระทบด้านลบโดยไม่ทันรู้ตัว แต่หากผู้บริโภคสื่อมีความรู้เท่าทันสื่อ ผลกระทบจากสื่อ หรืออิทธิพลของสื่อที่ไม่ดี ก็จะลดผลกระทบลง หรืออาจไม่ส่งผลกระทบใดๆ เลย

3.3.4) ทักษะและวิธีการวิเคราะห์ วิพากษ์ จำแนกแยกแยะ ประเด็นและหัวข้อของเนื้อหา

เนื้อหาสื่อมีผลต่อความเข้าใจในด้านทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม ความสนใจ รูปแบบความคิด ความเชื่อทางวัฒนธรรม ในด้านกลับกันการทำความเข้าใจถึง ค่านิยม พฤติกรรม ความสนใจ รูปแบบความคิด ความเชื่อทางวัฒนธรรม ก็ช่วยให้ผู้บริโภคสื่อ สามารถนำความรู้ความเข้าใจ ด้านวัฒนธรรม เป็นเครื่องช่วยทำความเข้าใจเนื้อหาของสื่อได้ด้วยเช่นกัน เช่น การเรียนรู้และความเข้าใจของวัฒนธรรมคนกลุ่มน้อยในประเด็นที่แตกต่างจากคนส่วนใหญ่ ช่วยให้ผู้บริโภคข่าวสามารถทำความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมในประเด็นที่ปรากฏในข่าวได้ดีขึ้น

อีกด้านหนึ่งหากผู้บริโภคขาดความรู้ความเข้าใจบริบทและความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ นำเสนอในข่าว แต่ผู้ผลิตเนื้อหาตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบ ก็จะผลิตข่าวที่ช่วยให้ผู้บริโภค เกิดความรู้ความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมในประเด็นที่นำเสนอขึ้นได้อย่างถูกต้องเหมาะสมได้เช่นกัน

3.3.5) ความตระหนักถึงความสำคัญของเนื้อหาสื่อ ในฐานะที่สื่อเป็นสิ่งสะท้อนถึงความเข้าใจตนเอง และความเข้าใจในบริบททางวัฒนธรรมของตนเอง และวัฒนธรรมอื่น

3.3.6) เพลิดเพลินด้วยความเข้าใจ รู้ถึงคุณค่าและสุนทรีย์ที่มาจากกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาสื่อ

คำนำ

สารบัญ

บทที่ 1: สารสำคัญของโครงการ (Project Hilight)

1.1	วัตถุประสงค์.....	14
1.2	ขอบเขตการดำเนินงาน.....	15
1.3	เป้าหมาย.....	17
1.4	ผลผลิตสำคัญและงานที่ส่งมอบ.....	19
1. รายงานผลการศึกษาเบื้องต้น (Inception Report) และแผนการดำเนินงาน		
1.1	แผนการดำเนินงาน (Project Plan)	20
1.2	รูปแบบการนำเสนอ / รายละเอียดเนื้อหารายการที่ผลิต 4 รูปแบบ รวมทั้งสิ้น 21 ตอน ประกอบด้วย	
1)	สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน.....	22
2)	ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน.....	83
3)	การให้ข้อมูล หรือ แทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 4 ตอน.....	93
4)	การให้ข้อมูล หรือ แทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 3 ตอน.....	144
1.3	จัดทำแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล).....	191
1.4	จัดทำรายงานผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล).....	195
1.5	จัดทำแผนการเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต.....	305
1.6	จัดทำรายงานผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย.....	309
1.7	จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อทาง อินเทอร์เน็ต.....	395
1.8	จัดทำแผนการติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการ.....	397

1.9	จัดทำรายงานผลการติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการ.....	429
-----	---	-----

บทที่ 2: ความก้าวหน้าในการดำเนินโครงการ

2.1	สรุปผลการดำเนินงานประจำงวดที่ 3.....	553
2.2	สถานภาพการดำเนินโครงการรายกิจกรรม.....	553
2.3	สรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ.....	555
2.4	แผนการดำเนินงานในระยะต่อไป.....	556
2.5	รายงานการจัดซื้อครุภัณฑ์ในโครงการ (ถ้ามี)	556

บทที่ 3: รายงานความก้าวหน้าทางการเงิน

3.1	รายงานสรุปการใช้จ่ายงบประมาณ.....	558
3.2	รายงานสรุปความก้าวหน้าทางการเงิน.....	558

แบบรายงานความก้าวหน้า

โครงการขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจากเงินกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

ชื่อโครงการ (ไทย) :	โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อใน กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์		
ชื่อโครงการ (อังกฤษ) :	-		
สัญญาบัตรเลขที่ :	B๒-๐๑๔/๗-๕๘		
หน่วยงาน :	สมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)		
ชื่อ - นามสกุล (หัวหน้าโครงการ)	รศ.อรุณีประภา หอมเศรษฐี		
เบอร์ติดต่อ :	๐๒ ๓๗๗ ๐๖๙๑	E-Mail :	o.pbcth@gmail.com
ระยะเวลาดำเนินการ (เริ่มต้น - สิ้นสุด)	๙ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ ถึง ๘ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๒	ปี	เดือน
งบประมาณรวม :	จำนวน	๒๐,๐๐๐,๐๐๐	บาท

บทที่ 1

สาระสำคัญของโครงการ (Project Hilight)

1.1 วัตถุประสงค์

1.1.1 เพื่อรณรงค์ สร้างความตระหนักถึงความสำคัญ ความจำเป็นและประโยชน์ของการรู้เท่าทันสื่อ

- ขจัดปัญหาความไม่ใส่ใจของผู้บริโภคสื่อ
- กระตุ้นความสนใจรับชมสื่อด้วยทัศนคติที่ถูกต้อง
- เปลี่ยนผู้บริโภคสื่อแบบ Passive เป็นผู้บริโภคแบบ Active โดยดึงให้ผู้บริโภคสื่อเข้ามามีส่วนร่วม (Engagement)
- การรณรงค์สร้างความตระหนัก จำเป็นต้องใช้วิธีการรณรงค์ผ่านสื่อที่จำเป็นอย่างครอบคลุม กว้างขวาง ภายใต้เงื่อนไขสำคัญ ได้แก่
 - (1) สื่อที่น่าสนใจสูง (Impact)
 - (2) มีความถี่ เพียงพอ (Frequency)
 - (3) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแม่นยำ (Reach)
 - (4) วางรูปแบบการเห็นสื่ออย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา (Period)

1.1.2 เพื่อส่งเสริมความรู้ สร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่ประชาชนผ่านการรับชมรายการ

- การให้ความรู้ต้องมีลักษณะและรูปแบบที่น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ ไม่ยัดเยียด
- รูปแบบการนำเสนอต้องมีความถี่สูงเพียงพอ ไม่น้อยกว่าเงื่อนไขตามที่ TOR กำหนด
- ความรู้ต้องไม่แปลกแยก ไม่ลดทอนคุณค่าด้านความคิดสร้างสรรค์ และความบันเทิง
- ใช้การนำเสนอผ่านรายการ ที่ผู้บริโภคจำนวนมากให้ความสนใจ และเป็นรายการที่มีเนื้อหาที่สามารถอธิบายถึงความรู้เท่าทันสื่อได้อย่างชัดเจนไม่คลุมเครือ
- แทรกซึมความรู้และทักษะในการใช้วิจารณญาณในการทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อโดยที่ผู้รับสื่อไม่ทันรู้สึกตัวเป็นการรับความรู้ที่เป็นธรรมชาติ และไม่ถูกปฏิเสธ

1.1.3 เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคสื่อให้นำทักษะและความรู้เท่าทันสื่อ มาใช้ประโยชน์ ในชีวิตประจำวันโดยใช้กลยุทธ์สร้างการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะความรู้เท่าทันสื่อให้แก่ผู้บริโภคสื่อ โดยกระตุ้นกลไกการเรียนรู้ด้วยการตั้งคำถามสำคัญ ซึ่งจำเป็นต่อการทำความเข้าใจกระบวนการ “รู้เท่าทันสื่อ” เช่น สื่อคือสิ่งที่มีการประกอบสร้างขึ้น? สื่อนี้ใครเป็นผู้ผลิต? สื่อนี้ผลิตเพื่อมุ่งหวังสิ่งใด? สื่อนี้กระตุ้นความต้องการรับชมด้วยการใช้กลวิธีใด? โดยออกแบบเนื้อหาและรูปแบบให้ผู้รับสื่อเกิดความสนใจ และตั้งคำถามกับตัวเองแบบไม่รู้ตัว ด้วยอารมณ์สนุกสนานและกระตุ้นให้เกิด Engagement Participation เช่น นำความคิดที่ได้ไปทดลองตั้งคำถามกับการรับชมสื่ออื่นๆ หรือนำไปตั้งคำถามเพื่อค้นหาคำตอบในการรับสื่ออื่นๆ ที่มีเนื้อหาต่างๆ เช่น ใช้กับการรับสื่อประเภทข่าว สื่อประเภทความบันเทิง หรืออื่นใด

1.1.4 เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกรับสื่อ และใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างมีวิจารณญาณ

1.1.5 เพื่อให้ผู้บริโภคสื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวสารข้อมูลที่เป็นเท็จโดยง่าย

1.1.6 เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อตอบโต้ ได้แย่ง เสนอความคิดเห็นต่อสาธารณะ โดยเปลี่ยนจากบทบาทผู้บริโภคสื่อฝ่ายเดียว ให้เป็นบทบาทการบริโภคสื่อและเฝ้าระวัง และแสดงความคิดเห็น ในกรณีที่พบเห็นสื่อนำเสนอสิ่งที่ไม่เหมาะสม

1.1.7 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวัง หรือกระบวนการมีส่วนร่วม โดยอาจเกิดจากความร่วมมือของสำนักงาน กสทช. องค์กร ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรด้านวิชาชีพผู้ประกอบการสื่อ และปัจเจก และขยายความร่วมมือนั้นมาสู่การสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ที่จำเป็น และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และต่อผู้บริโภค

1.1.8 เพื่อสนับสนุน และสร้างทัศนคติเชิงบวกให้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตสื่อ ใส่ใจและให้ความร่วมมือผลิตสื่อที่ส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคโดยไม่จำเป็นต้องลดทอนคุณค่าความบันเทิงและความคิดสร้างสรรค์

1.2 ขอบเขต และกิจกรรมการดำเนินการ

“โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” ออกแบบแผนกิจกรรมหลัก โดยวางอยู่บนหลักการ และเหตุผล (Rationale) กลยุทธ์ (Strategy) และแนวคิดหลัก (Concept Ideas) ดังต่อไปนี้

หลักการและเหตุผล (Rationale)

ปัจจุบันผู้บริโภคสื่อมีอิสระที่จะเลือกรับสื่อที่หลากหลายช่องทางหลากหลายเนื้อหา โดยไร้ข้อจำกัด สื่อจำนวนมากถูกนำเสนอบน Platform ที่แตกต่างกัน ด้วยเนื้อหาเดียวกัน กลายเป็นทางเลือกใหม่ๆ สำหรับผู้บริโภค เช่น สื่อประเภทข่าว ซึ่งมีแนวโน้มว่าผู้บริโภคจะเลือกบริโภคสื่อบน Platform ใหม่ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มากขึ้น

สื่อที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคได้หลากหลายช่องทางและเนื้อหา (Content) ที่ถูกนำเสนอ อันหลากหลายวิธี เหล่านี้ เป็นทั้งปัญหาและโอกาสของผู้บริโภคในเวลาเดียวกัน เรื่องที่ทำนายและเป็นข้อกังวลมากที่สุดของสังคม คือ สื่อที่รวดเร็ว หลากหลายช่องทางในโลกปัจจุบันที่ใครๆ ก็สามารถเข้าถึงได้อย่างไร้ขีดจำกัดเหล่านี้ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักหรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงแนวคิดพื้นฐานที่มีความสำคัญในการ

บริโภคนิสัย ที่เรียกว่า การ “รู้เท่าทันสื่อ” ได้มากน้อยแค่ไหน และเราจะเรียกร้องหาความรับผิดชอบจากเจ้าของและผู้ผลิตสื่อได้อย่างไร

หลักการและเหตุผลของ “โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” คือ คนไทยส่วนใหญ่รับสื่อด้วยอารมณ์เป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ด้านบวกหรือด้านลบ ทำให้คนส่วนใหญ่ลืมที่จะคิด พิจารณาถึงเนื้อหาต่างๆ ที่ได้รับ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ แนวคิดหลักในการสื่อสารจึงมุ่งเน้นไปแก้ปัญหาที่ ต้องการให้เราใช้ความคิดในทุกๆ ครั้งที่ได้รับสื่อ คือ แนวคิดหลักในการสื่อสาร ที่จะสร้างรอยยิ้ม สร้างการจดจำ และสร้างการส่งต่อ

กลยุทธ์ (Strategy)

โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ อาศัยกลยุทธ์สำคัญ ด้วยแนวคิดการผลิตสื่อเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกตัวอยู่ตลอดเวลาและทุกขณะ เมื่อบริโภคสื่อ ว่าการบริโภคสื่อทุกครั้ง ควรตั้งคำถามสำคัญ ดังนี้

- (1) สื่อที่ผู้บริโภคกำลังบริโภคในขณะนี้ .. ใครเป็นผู้ประกอบสร้างขึ้น ?
- (2) สื่อที่ผู้บริโภคกำลังบริโภคในขณะนี้ .. ใช้เทคนิค วิถีใด เพื่อเรียกร้อง ความน่าสนใจผู้รับสื่อ ?
- (3) สื่อที่ผู้บริโภคกำลังบริโภคในขณะนี้ .. ทำให้ผู้รับสื่อ มีความเข้าใจที่แตกต่างได้อย่างไรบ้าง?
- (4) สื่อที่ผู้บริโภคกำลังบริโภคในขณะนี้ .. มีจุดยืน มุมมอง คุณค่า คุณประโยชน์อย่างไร ?
- (5) สื่อที่ผู้บริโภคกำลังบริโภคในขณะนี้ .. ใครเป็นเจ้าของ มีเป้าหมายทางธุรกิจ หรือไม่ อย่างไร ?

เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์สำคัญของโครงการฯ จึงต้องผลิตสื่อด้วยกลยุทธ์สำคัญ ดังนี้

- (1) มุ่งสร้างทั้งความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด “รู้เท่าทันสื่อ”
- (2) ขณะเดียวกัน ต้องเป็นสื่อที่มีรูปแบบน่าสนใจ ไม่ใช่รูปแบบของการให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา ไม่ใช่การนำเสนอในรูปแบบของการสอนสั่ง แต่ต้องวางอยู่บนแนวคิด
- (3) แนวคิดต้องเป็นแนวคิดที่ตรงไปตรงมา ด้วยอารมณ์ที่เล่นที่จริง มีความน่ารักแต่ก็แฝงไปด้วยการประชดประชัน ซึ่งเหมาะกับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน

แนวคิดหลัก (Concept Ideas)

แนวคิดหลักของโครงการนี้ ได้แก่ แนวคิด “เสพด้วยหมอง” คือ แนวคิดตรงไปตรงมา แต่นำเสนอด้วยอารมณ์ที่เล่นที่จริง มีความน่ารัก แต่ก็แฝงไปด้วยการประชดประชัน ซึ่งเหมาะกับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน เพื่อสื่อสารกับพวกเขาว่า จะดูหรือฟังสื่อ อย่าลืมที่จะคิดตามด้วยสมอง ซึ่งแนวคิดหลักนี้จะถูกนำไปสื่อสารผ่านรูปแบบและเครื่องมือต่างๆ อย่างเหมาะสมและลงตัว

แนวคิด “เสพด้วยหมอง” เป็นแนวคิดที่จะไปสะกิดให้กลุ่มเป้าหมายได้ตระหนักและรับรู้ว่า ทุกครั้งที่เราจะเสพสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อจากวิทยุหรือโทรทัศน์ อย่าลืมที่จะคิด วิเคราะห์ และพิจารณาด้วยเสมอว่า สื่อเหล่านั้นคืออะไร

ผลจากการสร้างการรับรู้ เพื่อกระตุ้นและก่อให้เกิดเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavioral Change) ซึ่งไปก่อให้เกิดผลลัพธ์ (Impact) และให้กระตุ้นความคิด เกิดกระบวนการตอบสนอง (Call to Action) ในเวลาอันรวดเร็ว เพราะไม่ใช่เรื่องที่ยาก เรายังคงรับสื่อได้เหมือนเดิม เพียงแค่ใช้สมองของเราด้วยในทุกครั้งที่รับสื่อ นั่นเอง

ด้วยพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่ในปัจจุบันพวกเขาไม่ได้รับสื่อแต่เพียงจากโทรทัศน์หรือวิทยุแต่เพียงอย่างเดียว สื่อในโลกออนไลน์มีแนวโน้มว่าจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การละเลยหรือมองข้ามที่จะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจึงไม่สามารถทำได้ แต่จำเป็นเป็นอย่างมากที่จะต้องนำเอาสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นตัวเสริม เป็นการกระจายสื่อให้กลุ่มเป้าหมาย เข้าถึงเนื้อหาของโครงการได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ดังนั้น กลยุทธ์การสื่อสารจำเป็นที่จะต้องใช้สื่อสารไปยังผู้บริโภคทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต

1.3 เป้าหมาย

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินโครงการฯ ที่ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ คือ การกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความคิดและตระหนักสำนึกในฐานะของผู้รับสื่อ ในการตั้งคำถามต่อสื่อเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความรู้เท่าทันสื่อ ผู้ชมรู้จักตั้งคำถามสำคัญ ได้แก่ การเรียนรู้ว่าสื่อคือสิ่งที่เกิดจากการประกอบสร้างขึ้น โดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์อย่างเฉพาะเจาะจง สื่อจึงมีการปรุงแต่งเพื่อดึงดูดให้ผู้ชมสนใจติดตามรับชม เนื่องจากสื่อต้องการจำนวนผู้ชม เมื่อมีจำนวนผู้ชมเป็นจำนวนมากพอ สื่อนั้นก็จะมีผลประกอบกิจการอันมีรายได้จากการขายสื่อโฆษณา หากผู้ชมมีความรู้ความเข้าใจเช่นนี้ ก็จะช่วยให้ผู้รับสื่อสามารถแยกข้อเท็จจริงต่างๆ ออกจากการนำเสนอของสื่อได้ อย่างกรณีการใช้สื่อเพื่อนำเสนอคุณค่าบางอย่าง เช่น การนำเสนอว่าผู้หญิงที่สวยต้องมีรูปลักษณ์อย่างนั้น อย่างนี้ ตามที่สื่อนำเสนอ หากผู้รับสื่อมีความเข้าใจเรื่อง “รู้เท่าทันสื่อ” ผู้รับสื่อต้องสามารถเข้าใจถึงเป้าหมายที่แท้จริงว่า สื่อได้รับประโยชน์ทางการค้าจากการนำเสนอเช่นนี้ หากข้อเท็จจริงที่ผู้ชมต้องหลงเชื่อ การรู้จักเริ่มตั้งคำถามกับสื่อเป็นจุดเริ่มต้นที่ถูกต้องของการเรียนรู้และทำความเข้าใจในเรื่อง “รู้เท่าทันสื่อ”

นอกจากทำความเข้าใจความรู้พื้นฐานว่า สื่อ เป็นสิ่งที่ประกอบสร้าง เพื่อให้มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างไรแล้ว การกระตุ้นให้ผู้รับสื่อตั้งคำถามติดตามมา ดังนี้

สื่อนี้ เป็นของใคร ? ผลิตขึ้นมาเพื่อเหตุผลใด ? หากผู้รับสื่อมีความเข้าใจว่าสื่อที่รับชมแต่ละสื่อต่างก็มีวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง เช่น สื่อเพื่อความบันเทิงส่วนมากผลิตขึ้นเพื่อเป้าหมายทางธุรกิจ การค้า และผลประโยชน์ที่จะตกแก่ผู้ผลิตหรือเจ้าของสื่อ สื่อเพื่อความบันเทิงมุ่งผลิตเนื้อหาเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการรับชมจากผู้ชมจำนวนมาก เมื่อมีผู้รับชมจำนวนมากก็ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ขึ้นอยู่กับเป้าหมายและวิธีการของการนำเสนอสื่อ นั้น หากผู้ชมสามารถทำความเข้าใจเป้าหมายในการผลิตสื่อบันเทิง ผู้รับสื่อก็สามารถพิจารณาได้ว่า สื่อบันเทิงนั้นมีประโยชน์ต่อผู้รับสื่อหรือไม่ เพียงใด ผู้รับสื่อจะบริโภคอย่างไร เพื่อเป้าหมายใด เช่น หากบริโภคเพื่อความบันเทิง จะบริโภคอย่างไร จึงจะได้รับประโยชน์ตามที่ ผู้บริโภคสื่อมุ่งหวัง

ดังนั้นสรุปผลที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินโครงการฯ เกิดผลสองด้าน ได้แก่

ด้านของผู้บริโภคสื่อ

- 1) ผู้บริโภคสื่อตระหนักว่า การบริโภคสื่อจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่อง “รู้เท่าทันสื่อ”
- 2) ผู้บริโภคสื่อเกิดความรู้ความเข้าใจว่า สื่อที่รับชมเกิดขึ้นจากการประกอบสร้าง โดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เฉพาะ เพื่อให้สามารถแยกแยะได้ว่าสื่อนำเสนอข้อมูลเนื้อหานั้นโดยวัตถุประสงค์เพื่อสิ่งใด
- 3) ผู้บริโภคสื่อเรียนรู้ว่า การบริโภคสื่อให้ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่นั้นจะต้องเรียนรู้และเข้าใจ รู้จักที่จะตั้งคำถามต่อสื่ออย่างไร เพื่อให้ “รู้เท่าทันสื่อ”

ด้านของผู้ผลิตสื่อ

- 1) ผู้ผลิตสื่อมีส่วนรับผิดชอบในการสร้างการบวนการเรียนรู้ การรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้บริโภค
- 2) ผู้ผลิตสื่อให้ความร่วมมือผลิตสื่อดีและมีประโยชน์ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคสื่อ
- 3) ผู้ผลิตสื่อเปิดโอกาสและสร้างกลไกกระบวนการใดๆ เพื่อให้เกิดกระบวนการร้องเรียนเมื่อผู้บริโภครู้สึกว่าจะไม่ได้รับเนื้อหาที่ถูกต้องหรือเป็นประโยชน์ โดยผู้ผลิตสื่อต้องให้ความสนใจดำเนินการตามข้อร้องเรียน เพื่อติดตามแก้ไขและเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคสื่อ

1.4 ผลผลิตสำคัญและงานที่ส่งมอบ

1. การจัดทำรายงานผลการศึกษาเบื้องต้น (Inception Report) และแผนการดำเนินงาน

1.1 จัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบ / วิธีการดำเนินงาน
ขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินงาน

ตารางแผนการดำเนินงาน (Project Plan)

รายละเอียด	2561			2562									
	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ส่วนที่ 1: Pre-Production [9 ต.ค. 61 - 7 พ.ย. 61]	X												
- จัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบ/วิธีการดำเนินงาน ขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินงาน	X												
- จัดทำรูปแบบการนำเสนอ/รายละเอียดเนื้อหารายการที่ผลิต ๔ รูปแบบ รวมทั้งสิ้น ๒๑ ตอน ประกอบด้วย	X												
• สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ ๒๕ นาที จำนวน ๕ ตอน	X												
• ทิว สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ ๑ นาที จำนวน ๙ ตอน	X												
• การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ ๓๐ นาที จำนวน ๔ ตอน	X												
• การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ ๓๐ นาที จำนวน ๓ ตอน	X												
ส่วนที่ 2: Production & Post-Production [8 พ.ย. 61 - 7 มี.ค. 62]		X	X	X	X								
- ดำเนินการผลิตรายการ ๔ รูปแบบ พร้อมจัดส่งไฟล์ต้นฉบับ (Master File) รวมทั้งสิ้น ๒๑ ตอน ที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว		X	X	X	X								
- จัดทำแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) โดยช่องทางการออกอากาศเป็นครั้งแรก (First-Run) จะต้องเป็นช่องที่มีอันดับ ๑ ใน ๑๐ ของช่องยอดนิยมและได้รับการยืนยันการออกอากาศจากทางสถานี อย่างเป็นทางการ		X	X	X	X								
- จัดทำแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Youtube		X	X	X	X								

Facebook โดยจะต้องมียอดผู้รับชมเฉลี่ยจำนวน ๑๐๐,๐๐๐ คน ต่อตอน														
- จัดทำแผนการติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบ/วิธีวัดผล ขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินงาน		X	X	X	X									
ส่วนที่ 3: On-Air [8 มี.ค. 62 - 4 ส.ค. 62]						X	X	X	X	X				
- ดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) พร้อม บริการคำบรรยายแทนเสียง (Close Caption : CC) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description : AD) รวมเวลาออกอากาศจำนวน ๙๕๖ นาที ประกอบด้วย						X	X	X	X	X				
• นำเนื้อหาที่ผลิตไปออกอากาศเป็นครั้งแรก (First-Run) จำนวน ๓๔๔ นาที โดยจะต้องเป็นช่องทางการ ออกอากาศที่มีอันดับ ๑ ใน ๑๐ ของช่องยอดนิยม (แผนการเผยแพร่ อ้างอิงตามรายงานความก้าวหน้าประจำงวดที่ 2 ที่ผ่านการอนุมัติ)						X	X	X	X	X				
• นำเนื้อหาที่ผลิตไปออกอากาศซ้ำ (Re-Run) จำนวน ๖๑๒ นาที (แผนการเผยแพร่ อ้างอิงตามรายงานความก้าวหน้าประจำงวดที่ 2 ที่ผ่านการอนุมัติ)						X	X	X	X	X				
ส่วนที่ 4: รายงานผลการดำเนินการโครงการฯ [5 ส.ค. 62 - 8 ต.ค. 62]											X	X		
- จัดทำรายงานผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย อาทิเช่น Youtube Facebook โดยจะต้องมียอดผู้รับชมเฉลี่ย ๑๐๐,๐๐๐ คน ต่อตอน											X	X		
- จัดทำรายงานผลยอดผู้รับชมผ่านทางสื่อทางอินเทอร์เน็ต											X	X		
- จัดทำรายงานผลการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการ											X	X		
• ผลความพึงพอใจของประชาชนในคุณภาพรายการที่ผลิต ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐											X	X		
• ผลความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประชาชน ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐											X	X		

1.2 ดำเนินการผลิตรายการ 4 รูปแบบ รวมทั้งสิ้น 21 ตอน ที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

1.2.1 สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

บทสารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

ตอนแรกของสารคดี เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อที่มีผลกระทบต่อสังคม มีพลังในการสร้างผู้นำ และสร้างวาระทางสังคมอย่างไร โดยใช้สื่อโฆษณาเป็นตัวแทน เพราะเป็นสื่อที่ทรงพลังที่สุดและอยู่เบื้องหลังสื่ออื่นๆ ทั้งหมด

ความคาดหวังจากสารคดีตอนนี้ คือ เมื่อดูตอนนี้จบแล้วตระหนักว่า สื่อมีพลังและมีความสำคัญต่อชีวิตและสังคมของเรา จะได้มีความระมัดระวังในการเสพสื่อ

	เบรก 1
	<p>คุณเคยสงสัยไหมครับ ว่าทำไมเดี๋ยวนี้เราถึงขาดสื่อออนไลน์ไม่ได้ ทำไมสังคมถึงต้องก้มหน้าอยู่ตลอดเวลา</p> <p>แล้วเคยสงสัยไหมครับ ว่าทำไมเวลาดูโทรทัศน์ นางเอกละครถึงยอมแต่งงานกับพระเอกที่เคยปล้ำข่มขืนเธออย่างหน้าขึ้นตาบาน</p> <p>และเคยสงสัยหรือเปล่าครับ ว่าทำไมเราถึงอยากผิวขาว อยากซื้อรถ หรืออยากเปลี่ยนมือถือใหม่แทบทุกปี ทั้งที่เครื่องเก่ายังไม่พัง</p> <p>เราอาจไม่รู้ตัวว่า ทั้งหมดนี้มีเบื้องหลัง</p> <p>นั่นก็คือคือ ‘พลัง’ ของ ‘สื่อ’ ต่างๆ ที่กำลังกระทำกับเราอยู่นั่นเอง</p> <p>คำถามก็คือ ‘สื่อ’ กำลังทำอะไรกับเราอยู่บ้าง และ ‘พลัง’ ของสื่อที่กระทำกับเรานั้น มันมากมายและแนบเนียนแค่ไหน</p> <p>ไปหาคำตอบกันครับ</p>
	<p>[บรรยาย]</p> <p>ทุกวันนี้ สื่อแทบจะเป็นสถาบันหล่อหลอมค่านิยมและวิถีคิดของเรามากกว่าสถาบันการศึกษา หรือสถาบันศาสนาไปแล้ว</p> <p>ในสังคมสมัยใหม่ ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า สื่อล้อมเราอยู่ทุกด้าน สื่อไม่ได้มีแค่โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ แต่ปัจจุบันยังมีสื่อออนไลน์และสื่อโฆษณาที่พยายามใช้ทุกวิถีเพื่อ ‘เข้าถึง’ ตัวตน</p>

	<p>ของเรา</p> <p>[บรรยาย]</p> <p>ในระบบนิเวศสื่อ ไม่ได้มีแค่ผู้ผลิตสื่อกับผู้บริโภคสื่อเท่านั้น แต่ยังมีกลไกอื่นๆ เข้ามามากับควบคุมอยู่เบื้องหลังอีกมาก</p> <p>ด้านหนึ่งคือกฎหมาย สังคม วัฒนธรรม การเมือง และชุมชน คอยกำกับควบคุมสื่ออยู่ แต่ในอีกด้านหนึ่งซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่ามีอำนาจไม่แพ้กัน ก็คือกลไกทางเศรษฐกิจที่มีกำไรเป็นเป้าหมายในปัจจุบันนี้ กลไกสำคัญที่ทำให้สื่อเกือบทั้งหมดอยู่ได้ ก็คือสิ่งที่เรียกว่าโฆษณานั่นเอง</p>
	<p>Voxpop คนทั่วไป</p> <ul style="list-style-type: none"> ● วันหนึ่งเห็นโฆษณาก็ขึ้น <ul style="list-style-type: none"> VTR : คนแรก(หญิง) “ประมาณ 4-5ชิ้น” คนที่ 2 (หญิง) “ 6-7ชิ้นได้” คนที่ 3(ชาย) “เกิน 10” คนที่ 4 (ชาย) “เป็น 10” คนที่ 5 (หญิง) “เกิน 10 นะพี่ บางที” ● เชื่อโฆษณาไหม <ul style="list-style-type: none"> VTR : คนที่ 1 (ชาย) “มีเชื่อบ้างไม่เชื่อบ้าง” คนที่ 2 (หญิง) “เชื่อบางสื่อคะ” คนที่ 3 (หญิง) “มัน 50-50” คนที่ 4 (ชาย) “ส่วนใหญ่ผมไม่ค่อยเชื่อเท่าไร” คนที่ 5 (หญิง) “บางอย่างคะ” <p>คิดว่าโฆษณาส่งผลต่อความคิดและวิธีเข้าใจโลกของเราไหม</p> <p>VTR : คนที่ 1 (ชาย) “มันไม่เกี่ยวนะผมว่า”</p> <ul style="list-style-type: none"> คนที่ 2 (หญิง) “มีบ้างนะคะ แล้วแต่บางสื่อ) คนที่ 3 (ชาย) “ส่งผลเกี่ยวกับการใช้ชีวิต <ul style="list-style-type: none"> การตัดสินใจเลือกซื้อบริการหรือสินค้า คนที่ 4 (หญิง) “ส่งผลคะ เราจะรับรู้อะไรก็ผ่านทางสื่อโซเชียลเนี่ยคะ คนที่ 5 (หญิง) “ไม่อะ หนูไม่ค่อยสนใจ ถ้าหนูสนใจมันจริงๆ หนูจะศึกษามันเอง

	<p>มากกว่า จะเชื่อตามสื่อว่ามันดี แบบ นี้ๆ”</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>โฆษณาและการตลาดคือเม็ดเงินที่อยู่เบื้องหลังสื่อ แต่ในเวลาเดียวกัน ตัวโฆษณาเองก็เป็น ‘สื่อ’ ด้วยเหมือนกัน</p> <p>คุณผู้ชมทราบไหมครับว่า นักวิชาการสื่อหลายคนเห็นตรงกันว่า โฆษณาเป็น ‘สื่อ’ ที่ ‘ทรงพลัง’ ที่สุด เพราะเพื่อให้เข้าถึงคนจำนวนมากเพื่อการขาย จึงมีการออกแบบการสื่อสารอย่างพิถีพิถันหลากหลาย เพื่อมุ่งจูงใจผู้บริโภคด้วยวิธีต่างๆ</p> <p>[บรรยาย]</p> <p>ที่จริงแล้ว สื่อและโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของอารยธรรมมนุษย์มาตั้งแต่แรกเริ่ม</p> <p>โฆษณาที่ถือว่าเป็น ‘สื่อสารมวลชน’ ขึ้นแรก คือ ‘พริ้นท์แอด’ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ที่โฆษณาให้กับโบสถ์ในอังกฤษเมื่อ ค.ศ.1447</p> <p>‘พริ้นท์แอด’ หรือโฆษณาที่เกิดจากเทคโนโลยีการพิมพ์ อยู่กับโลกเรามาหลายร้อยปี จนกระทั่งเกิดโทรทัศน์ขึ้นในยุค 1940s โฆษณาจึง ‘ย้ายฐาน’ มาสู่โทรทัศน์เป็นหลัก</p> <p>ส่วนในปัจจุบัน เราคงเห็นแล้วว่า เกิดสื่อโฆษณาแบบใหม่ที่ยิ่งทรงพลังมากขึ้น นั่นคือสื่อโฆษณาแบบเฉพาะตัว หรือ Personalized Ad ที่ใช้อัลกอริทึมคัดเลือกสินค้าและบริการให้เหมาะกับผู้บริโภคแต่ละคน</p> <p>ในแต่ละยุคสมัย โฆษณาจึงเปลี่ยนแปลงไปตามสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี และยิ่ง ‘ทรงพลัง’ มากขึ้นทุกที</p>
	<p>[พิธีกรสัมภาษณ์นักวิชาการสื่อ ตัดสลับระหว่างบทสัมภาษณ์กับเสียงบรรยาย]</p> <p>[คำถาม] ประวัติศาสตร์สื่อไทยเป็นอย่างไร</p> <p>[ตอบ]....</p> <p>[บรรยาย] ปฏิเสธไม่ได้ว่า สื่อสารมวลชนไทยรับเทคโนโลยีและความรู้มาจากตะวันตก ตั้งแต่ยุคแรกคือหนังสือพิมพ์ของหมอบรัดเลย์ ซึ่งมีโฆษณาตั้งแต่ฉบับแรก แต่สื่อในฐานะสถาบันที่ทรงพลังเกิดขึ้นพร้อมเมื่อมีโทรทัศน์ และเกิดพัฒนาการทางเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดดหลัง พ.ศ.2500 เป็นต้นมา</p>

[บรรยาย] เทคโนโลยีทำให้ระบบนิเวศสื่อซับซ้อนขึ้น ยิ่งเมื่อมีเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้รับสื่อไม่ได้เพียงแค่รับสื่อเท่านั้น หากแต่ยังตอบโต้และสื่อสารกลับด้วย

คำถาม ในยุคดิจิทัล โฆษณาอยู่ในส่วนไหนของระบบนิเวศสื่อ

ดร.ชนัญสรุา (ตอบ) “ต้องบอกว่าการสื่อสารอยู่ในระบบนิเวศทางธรรมชาติ เรายังอยู่ในระบบนิเวศสื่อด้วย นี่เป็นคำใหม่ที่ทุกท่านอาจไม่คุ้น แต่มันอยู่ในชีวิตประจำวันของเรา ระบบนิเวศสื่อมันก็คือระบบที่การสื่อสารของเรา มีตัวคนทั้งเป็นส่งและผู้รับอยู่ในศูนย์กลาง แล้วคนนี้ก็จะมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ซึ่งไอ้คนอื่น ๆ ในโลกปัจจุบันมีความหลากหลายมาก มันไม่ใช่แค่หลากหลายในเรื่องของอายุ แต่ที่มีความหลากหลายในเรื่องของเพศ, ของเพศสภาพ ความหลากหลายในเรื่องของความสนใจ, ความหลากหลายในถิ่นที่อยู่

เราอยู่ในยุคที่มีความหลากหลายค่อนข้างสูง แล้วเรารู้ว่ามีใครที่ต่างจากเราบ้าง อันนี้คือมุมมองหนึ่งในระบบนิเวศที่เราต้องปฏิสัมพันธ์กับคนเหล่านี้ในช่องทางการสื่อสารต่างๆ

ในอีกด้านหนึ่งคนตรงกลางตรงนี้ยังมีปฏิสัมพันธ์กับแพลตฟอร์มหรือช่องทางเนื้อหาที่หลากหลาย ปัจจุบันเนื้อหาไม่สามารถแยกได้ชัดเจนแล้วว่า อะไรคือข่าว อะไรคือโฆษณา แล้วความบันเทิงก็มีความบันเทิงที่หลากหลายเช่นเดียวกัน ดังนั้นคนตรงกลางก็ต้องปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาที่หลากหลายเช่นกัน แล้วก็ก้าวหน้าไปตามเทคโนโลยีที่จะมาใหม่อีกเมื่อไหร่ก็ไม่รู้ อีกมุมมองหนึ่งนอกจากตัวคนที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหา-คน-ช่องทาง แล้ว

เขายังปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาที่ใหญ่กว่าตัวเขา ไม่ว่าจะระบบสังคม, ระบบชุมชน โรงเรียน หรือหมู่บ้าน กว้างไปกว่านั้นคือระบบการเมือง, ระบบเศรษฐกิจ ระบบการกำกับดูแลที่มีหน่วยงานรัฐ, หน่วยงานเอกชน, หน่วยงานที่ไม่ใช่รัฐ อะไรต่างๆเหล่านี้เข้ามามีส่วนร่วม เข้ามา มีผลกระทบต่อชีวิตเราในระบบนิเวศสื่อ ดังนั้นจะเห็นว่ามันมีความซับซ้อนขึ้น

หน้าที่สำคัญคือเราจะทำอย่างไรให้ทุกคนตระหนักว่าตัวเองอยู่ในศูนย์กลางของระบบนิเวศสื่อแล้ว แล้วตัวเองกำลังปฏิสัมพันธ์กับระบบหรือว่ากับคน ช่องทางเนื้อหาต่างๆเหล่านี้ มีผลกระทบซึ่งกันและกัน

สิ่งที่เราทำไม่ได้เกิดขึ้นกับเราเท่านั้น แต่สิ่งที่เราทำหรือเขียน ที่สื่อสารออกไปมันกระทบต่อคนอื่นด้วย ถ้าคนเข้าใจภาพรวมในนิเวศสื่อ จะเข้าใจว่าการสื่อสารของเรา ทุกคนมีความสำคัญมาก ไม่ว่าจะผ่านช่องทางสื่อใดก็ตาม”

[คำถาม] ผู้บริโภคจะรู้เท่าทันสื่อได้อย่างไร

ดร.ชนัญสรุา (ตอบ) “เราพบว่าคนในประเทศไทยมีทักษะในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อ คือรู้ว่าเราต้องการจะดูหรืออยากรู้เนื้อหาอะไรก็เลือกช่องทางที่ถูกต้องได้ ต้องการดูละครดูช่องนี้ ต้องการหาข้อมูลต้องเชิร์ชเว็บไซต์นี้ นี่เป็นทักษะพื้นฐานที่คนไทยทำได้ดีในระดับหนึ่ง

	<p>แต่ทักษะอีกอย่างหนึ่งที่ยังทำได้ไม่ดีนักคือเรื่องของการวิเคราะห์ แยกแยะว่า อะไรคือข้อเท็จจริง อะไรคือข้อคิดเห็น อะไรคือของจริง อะไรคือของลวง การวิพากษ์และการประเมินค่าต่างๆ สิ่งนี้เป็นสิ่งที่เหมาะสม สิ่งนี้ไม่เหมาะสม ซึ่งการขาดทักษะเหล่านี้ทำให้เกิดปัญหาในหลายๆมิติ มิติสำคัญอันหนึ่งที่เราพบคือการสื่อสารการตลาดหรือการโฆษณาคือไม่รู้เท่าทันโฆษณาที่เนียนๆมาในหลายๆรูปแบบ แล้วก็ส่งผลต่อเรื่องสุขภาพด้วย การโฆษณาจะเน้นไปที่การดูแลสุขภาพ คนเราอยากมีอายุยืนขึ้น แล้วก็แนวโน้มที่จะมีอายุยืนขึ้น ฉะนั้นสินค้าก็เป็นที่ต้องการแล้วก็กระตุ้นให้คนซื้อ ให้คนอยากได้มากยิ่งขึ้นเพื่อดูแลสุขภาพตัวเอง เป็นแบบนี้มันไปด้วยกันทั้งโฆษณาทั้งสุขภาพ ดังนั้นพอเจอโฆษณาที่เนียนๆ ทำให้ขาดสติ ไม่รู้เท่าทัน อันนี้เราพบจากงานวิจัย</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>จะเห็นว่าสื่อทรงพลังอย่างยิ่งต่อความคิดของเราโดยเราไม่รู้ตัว ช่วงหน้า ไปดูกันว่า สื่อทำงานอย่างไรกับสมองของเรา และจึงทำให้สื่อทรงพลังได้ขนาดนี้</p>
	<p>เบรค 2</p>
	<p>พิธีกรเปิดหน้า นั่งกิน ป๊อปคอร์น ที่หน้าโรงหนัง</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>เพื่อจะทำความเข้าใจถึงพลังของสื่อ ผมอยากชวนคุณมาดูหนังกันครับ [ถือป๊อปคอร์นให้เห็นชัดๆ]</p> <p>ลองดูหนังเรื่องนี้ครับ [ฉายภาพหนังขาวดำเก่า]</p> <p>คุณเห็นอะไรไหมครับ</p> <p>(หัวเราะ) คุณต้องไม่เห็นอะไรแน่ๆ เลย เพราะว่าสิ่งที่ซ่อนอยู่ในหนังเรื่องนี้มัน เกิดขึ้นเร็วมากเปล่าครับ ไม่ใช่ผีหลอกครับ แต่ถ้าคุณไม่เห็น ลองย้อนกลับไปดูซ้ำๆ นะครับ เอ้า - หยุด!</p> <p>[ฉายหนังให้ดูซ้ำๆ แล้วหยุดตรงเฟรมหนึ่งในหนังที่ตัดแทรกเข้ามา เขียนว่า Eat Popcorn]</p>
	<p>[พิธีกรก้มลงมองดูป๊อปคอร์นในมือ]</p> <p>อย่าเพิ่งงงกันไปครับ นี่คือการทดลองที่เรียกว่า Pop Corn experiment อันลือลั่น</p> <p>[บรรยาย]</p> <p>Pop Corn Experiment เป็นการทดลองเก่าสมัยปี 1957 โดยคุณเจมส์ วิกาเร็ (James Vicary) เขาทดลองซ่อนข้อความที่เขียนว่า Eat Popcorn หรือของกินอื่นๆ แทรกเข้าไปในหนังด้วยความเร็วที่เราองไม่เห็นถ้าไม่ได้หยุดภาพ</p>

	<p>คุณเจมส์บอกว่าพอทำแบบนี้แล้ว พบว่ายอดขายปีบคอร์นของโรงหนังเพิ่มขึ้น 57% เลยทำให้คนตื่นตะลึงกันไปทั่วโลก ว่าเราถูกโฆษณา ‘สอดใส่’ ได้ง่ายขนาดนี้เลยหรือ</p> <p>แต่คุณรู้ไหมครับ ว่านี่เป็นการทดลองปลอม</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>อ้าว! แล้วถ้าเป็นการทดลองปลอม ผมนำมาเล่าให้ฟังทำไมกันครับ เรื่องของเรื่องก็คือ แม้จะปลอม และการแทรกภาพเสี้ยววินาทีพวกนี้เข้าไปจะไม่ได้ทำให้คนซื้อปีบคอร์นมากขึ้นจริง แต่หลังจากนั้นสิครับ การทดลองปลอมๆ ของคุณเจมส์ ก่อให้เกิดการศึกษาเรื่อง ‘โฆษณาแฝง’ หรือ การโฆษณาแบบเนียนๆ มากมายเต็มไปหมดและเป็นที่ยอมรับและมีหลักฐานว่า ถ้าเป็นโฆษณาเนียนๆ นั้นมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคจริงๆ เห็นไหมหละครับว่า สื่อนั้นทรงพลังแค่ไหน เพราะลำพังโฆษณาเล็กๆ น้อยๆ ก็ส่งผลต่อพฤติกรรมของคนเราได้อย่างไม่น่าเชื่อ</p>
	<p>สัมภาษณ์นักทำโฆษณา คมสัน วัฒนวานิชกร</p> <p>[คำถาม] โฆษณาส่งผลต่อพฤติกรรมคนมากน้อยแค่ไหน</p> <p>คมสัน [ตอบ] “คนก็ยังเชื่อโฆษณาอยู่นะ มันโดนประโคม มันก็เป็นหลักจิตวิทยา คือ เห็นบ่อย พุดในสิ่งที่มันโดนใจเราอยู่ พุดแล้วประทับใจ มันโดนใจ แล้วรู้สึกชอบโดยอัตโนมัติ ขาดการคิด วิเคราะห์อะไรหลายๆอย่าง พอโฆษณามันตอบความต้องการของคน คนก็พร้อมจะลอง มันเป็นแบบนี้มากกว่า ลองแล้วจะรู้เอง หรือไม่รู้จักแล้วแต่ละคน อยู่ที่วิจารณญาณของแต่ละคน”</p> <p>[คำถาม] คนทำโฆษณาเวลาคิดโจทย์เขาคิดอย่างไรบ้าง อะไรคือสิ่งที่อยู่ในใจเขาเวลาทำโฆษณา</p> <p>คมสัน [ตอบ] “นำสิ่งที่ดี จุดที่แตกต่างที่สุดของสินค้ามาบอก ใหนักมีโปรดักส์ 1 โปรดักส์มาตั้งอยู่กับที่ โดยไม่บอก มันไม่มีใครรู้หรือว่ามีโปรดักส์นี้ตั้งอยู่บนโลก มันต้องการบางสิ่งบางอย่างเพื่อกระจายไป แล้วบอกว่ามีสิ่งนี้อยู่ นะ โฆษณาเลยเกิดขึ้นมาเพราะแบบนี้</p> <p>พอได้จุดขาย ก็ต้องสร้างเรื่องราวให้กับมัน การสร้างเรื่องราวก็มีความสำคัญ มันต้องสร้างเรื่องราวให้มีความน่าเชื่อถือ มันก็ตอบกลับมาว่าเราขายอะไร ตรงนี้ก็เป็นประเด็นสำคัญ เราจะหวานล่อมยังไง ดูโอเวอร์ไหม โอเวอร์แค่ไหนถึงจะไม่ผิดจรรยาบรรณมันจะมีหน่วยงานขึ้นมาหน่วยงานหนึ่งที่ชื่อ censor หรือ อย.ที่เราต้องไป defend กัน มาช่วยตรวจสอบ มันเลยมีสิ่งนี้ขึ้นมา เพราะฉะนั้นปลายทางคือ ผู้บริโภคคือ consumer ก็จะได้สิ่งที่ผ่านการกวนของ 3 องค์กรณ์ ดังนั้นการเล่าเรื่องจะไกลจากความจริงแค่ไหนหรือตรงแค่ไหนก็ขึ้นกับเหตุการณ์</p>

	<p>นั้นๆ”</p> <p>[คำถาม] มีผลงานใดบ้างที่สร้างปรากฏการณ์ต่อสังคม</p> <p>คมสัน [ตอบ] “รู้สึกมันได้ผลสิ่งที่ดีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ของประเทศเราแล้วมั้งที่เห็นคนผิวดำ อยู่ในหนัง โดยที่ไม่ได้พูดว่านั่นคือปัญหา แต่พูดว่าให้พราว มันไม่ได้บอกว่าผิวดีคือผิวขาว แต่ผมศึกษามาผิวดีคือผิวที่ไว้ใช้งาน คือไม่ได้ห่วงแหว่งจนคุณไม่กล้าออกแดด ออกไปเถอะ มันดำได้ก็ขาวได้ เป็นธรรมชาติ เราไม่ได้บอกว่าคุณต้องขาวนะแล้วจะมีผู้ชายมาหลง อีกชั้นคือจะเปลี่ยนค่านิยมการให้ของขวัญเป็นเหล่า ย้อนไปสมัยก่อน วันปีใหม่เหล่าจะอยู่ในแพ็คเกจใน ตะกร้าที่คนให้กันช่วงปีใหม่ ตอนนี้นั้นมันไม่มีแล้ว เราก็ตีใจที่แคมเปญมันได้ผลมาจนถึงวันนี้ สิ่งนี้ มันเปลี่ยนพฤติกรรมคนจริงๆ”</p> <p>[คำถาม] Social Media ส่งผลต่อวงการโฆษณาแค่ไหน</p> <p>คมสัน [ตอบ] “คนมักจะคิดว่าอะไรอยู่บน on line คือความจริงหมดไหม นั่นคือปัญหาของ ทุกวันนี้ คุณความดีของ ทวี คือเมื่อก่อนอะไรที่จะอยู่บนทีวีได้มันต้องผ่านการตรวจสอบเยอะ มาก วันนี้นั้นขนาดพิมพ์บนสแตตัสเร็วๆ ก็ยังมีคนเชื่อนะ ความน่ากลัวคือมันล้าหน้าไปกว่าทำ สื่อแล้วนะ พอมัน on line ทุกคนสื่อได้หมด ความยากในการสื่อสารคงมากขึ้น เพราะ consumer เขามี choice จะดูหรือไม่ดู การตัดสินใจอยู่ในมือเขาแล้ว ความยากคือจะขาย ของยังไงทำให้เขาไม่รู้สึกรว่านั่งดูการขายของอยู่ โฆษณาไม่ได้มาตอนเขานั่งดูละครหลังข่าว มันเป็นเขาเลื่อนไปมาบนมือถือ แล้วเขาจะหยุดดูไหม</p> <p>ในyoutube เขาจะกด skip หรือ ไม่skipอานาจมันอยู่ในมือเขา มันเลยต้องคิดเยอะกว่า คิด เยอะขึ้น คิดหนักขึ้น คิดยากขึ้น”</p> <p>[คำถาม] ในยุคที่เราต้องแวดล้อมไปด้วยโฆษณา เราต้องเสพสื่ออย่างไร</p> <p>คมสัน [ตอบ] “ผมรู้สึกว่าจะแต่ละคนต้องทำหน้าที่ของตัวเอง คนทำหน้าที่การศึกษาก็ต้อง try the best ยืนหยัดบนสิ่งที่ควรจะทำออกไป โอเค ลูกค้าอยากขายของ แต่เราคนทำสื่อ ต้อง คิดให้มากที่สุด จิตสำนึกคุณต้องทำให้มันเต็มที่ ในขณะที่ผู้เสพก็ต้องไม่มั่งง่ายในการเสพสื่อ จะโทษฝั่งเดียวก็ไม่ได้ คุณเองก็เป็นคนแอ็คชั่น เป็นคนกด like กด share คุณก็ต้องมีส่วนใน การรับผิดชอบ ไม่มีใครบังคับคุณให้ไปที่ห้างแล้วก็ซื้อ คุณก็เป็นส่วนหนึ่งเหมือนกัน ผมคิดว่า จะโยนเผื่อกร้อนให้กับใครสักคนไม่ได้ ทุกคนในสื่อมีส่วนกับเผื่อกร้อนทั้งหมด”</p>
	<p>[บรรยาย]</p> <p>ตั้งแต่ตื่นนอนขึ้นมา มนุษย์เราต้องตัดสินใจเรื่องยิบย่อยมากกว่าหมื่นครั้ง เช่น จะใส่เสื้อสีอะไร ก้าวเท้าซ้ายหรือขวาลงจากเตียงดี ซึ่งถ้าเราใช้สมองส่วนที่ทำหน้าที่คิดวิเคราะห์มาจัดการกับ</p>

	<p>เรื่องยิบย่อยพวกนี้ สมองคงระเบิด</p> <p>ดังนั้น การตัดสินใจส่วนใหญ่ในชีวิตประจำวันมากกว่า 95% จึงเกิดขึ้นโดยที่เราไม่ได้คิด และไม่รู้อะไร</p> <p>ส่วนใหญ่เป็นไปตามอารมณ์เล็กๆ ของเรามากกว่าการใช้เหตุผล</p> <p>จึงพูดได้ว่า การประมวลผลของมนุษย์ไม่สมบูรณ์ มนุษย์เราควบคุมตัวเองได้น้อยกว่าที่คิด และถูกอะไรๆ เข้าม่าปั่นหัวได้ง่ายกว่าที่ตัวเองเข้าใจ</p> <p>ตรงนี้แหละครับ ที่สื่อและโฆษณาแทรกเข้ามาบังคับให้เราทำโน่นทำนี่ หรืออยากได้อะไรโน่นได้นี้ โดยที่เราไม่รู้ตัว</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>ที่ว่ามานี้ ยังเป็นสื่อและโฆษณาในแบบเดิมๆ ยังไปกันไม่ถึงสื่อแบบดิจิทัลเลยนะครับ</p> <p>ช่วงหน้า มาดูกันว่าพอเป็นสื่อแบบ Social Media แล้ว คุณกับผมจะถูก ‘ปั่นหัว’ มากขึ้นกว่าเดิมแค่ไหน</p>
	<p>เบรก 3</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>คุณผู้ชมคงเห็นนะครับ ว่าทุกครั้งที่เทคโนโลยีเปลี่ยน สื่อก็เปลี่ยนตามเสมอ</p> <p>การเปลี่ยนที่ว่า ไม่ใช่แค่เปลี่ยนรูปแบบเท่านั้นนะครับ แต่ยังเปลี่ยนเนื้อหาด้วย เช่นเมื่อเปลี่ยนจากพริ้นท์แอดไปเป็นโฆษณาโทรทัศน์ เนื้อหาก็คงจะไม่เหมือนเดิม</p> <p>คำถามก็คือ ตอนนี้อะไรก้าวมาถึงสื่อแบบออนไลน์และสื่อดิจิทัลกันแล้ว สื่อใหม่นี้จะเปลี่ยนไปอย่างไร จะทรงพลังมากขึ้นแค่ไหน และ ‘ทำทนาย’ ให้เราต้อง ‘รู้ทัน’ มากขึ้นอย่างไรบ้าง ไปดูกันเลยครับ</p>
	<p>Voxpop คนทั่วไป</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ทุกวันนี้รับสื่อทางไหน <p>VTR : คนที่ 1 (หญิง) “ดู youtube ฟังเพลง แล้วตอนนี้ดารามีรายการของเขาเราก็ดู บางมีก็ดูหนัง อ่าน IG หรือ Twitter อะไรแบบนี้คะ”</p> <p>คนที่ 2 (หญิง) “เพื่อนคะ เพื่อนบอกต่อ ที่เขาดูจากเน็ต จาก youtube”</p> <p>คนที่ 3 (หญิง) “ส่วนใหญ่จะ youtube social media</p> <p>คนที่ 4 (ชาย) “ทางมือถือ ทางคอมพิวเตอร์ ทางทีวี ถ้าอยู่ที่ห้อง”</p>

	<p>คนที่ 5 (หญิง) “ทาง social มากกว่า ทางทีวีจะผ่านๆ”</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ใช้อินเทอร์เน็ตวันละกี่ชั่วโมง <ul style="list-style-type: none"> คนที่ 1 (ชาย) “ 8 ชั่วโมงเต็ม” คนที่ 2 (หญิง) “แทบจะเป็นอวัยวะส่วนตัวเองเลยเพราะใช้” คนที่ 3 (หญิง) “6-7 ชั่วโมงได้” คนที่ 4 (หญิง) “ถ้าไม่ทำอะไรเลย ก็ทั้งวัน” คนที่ 5 (หญิง) “เป็น 10 ชั่วโมง” ● โซเชียลมีเดียส่งผลต่อวิถีชีวิตตัวเองมากน้อยแค่ไหน ● คนที่ 1 (หญิง) “ จะมีแค่บางส่วน แคตัดสินใจว่าสิ่งนี้มี หรือตัดสินใจว่าไม่สนใจสิ่งนี้ เพราะพูดเวอร์ไปหรือเปล่า” <ul style="list-style-type: none"> คนที่ 2 (หญิง) “ก็คิดตาม บางทีมันดีก็เอาไปคิด ถ้าไม่มีก็ปล่อยผ่านไป” คนที่ 3 (หญิง) “ส่งผลเป็นแนวคิดให้เราดำเนินชีวิตต่อไปได้ในทางที่โอเค” คนที่ 4 (หญิง) “มี เพราะเราใช้มันบ่อยตลอดเวลา มันทำให้เราคิดไปตามที่ได้รับสื่อ” คนที่ 5 (ชาย) “ส่งผลอย่างมากใน social media มันไม่มีมุมมองของเราคนเดียว แต่มันเป็นความคิดของใครอีกหลายคน สามารถถอมยืมได้ หรือคล้ายตามความคิดของเขาได้ แต่ละคนมุมมองแตกต่างกันไป ทำให้รู้ว่ายุคนี้มันมีหลายความคิด เด็กคิดผู้ใหญ่คิดก็แตกต่างกัน ผู้ใหญ่บางคนมีตำแหน่งสูง แต่ความคิดบางครั้งสู้เด็กไม่ได้”
	<p>[พิธีกร]</p> <p>ใครๆ ก็รู้เนาะครับ ว่าทุกวันนี้ สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและมือถือแบบสมาร์ทโฟนพุ่งสูงขึ้นมาก อุปกรณ์เหล่านี้ไม่ได้เป็นแค่อุปกรณ์เฉยๆ แต่มันคือ ‘สื่อ’ อย่างหนึ่งแบบเดียวกับโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์สมัยก่อน</p> <p>ข้อมูลปริมาณมหาศาลหลากหลายรูปแบบหลั่งไหลผ่านมาจากหน้าจอ อุปกรณ์พวกนี้จึงกลายเป็น ‘สื่อ’ ที่ทรงพลังอย่างยิ่ง และอาจกำหนดทิศทางความคิดของเราได้อย่างที่เราคิดไม่ถึง</p>
	<p>เปิดคลิปประธานาธิบดีทรัมป์ปราศรัย</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>เรื่องสื่อออนไลน์กำหนดวิถีชีวิตของผู้คนที่โด่งดังอื้อฉาวไปทั่วโลกกรณีหนึ่ง ก็คือเรื่องของ</p>

	Cambridge Analytica
	<p>[บรรยาย]</p> <p>Cambridge Analytica เป็นบริษัทที่ปรึกษาทางการเมืองแห่งหนึ่งในสหราชอาณาจักร ที่ใช้ข้อมูลส่วนตัวต่างๆ ของผู้ใช้เฟซบุ๊ก นำไปออกแบบเพื่อสร้างโฆษณา จะได้จูงใจคนเป็นการเฉพาะตัว</p> <p>ที่อื้อฉาวขึ้นมา ก็เพราะมีการค้นพบว่า ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ เคยใช้บริษัทนี้เพื่อคิดแคมเปญหาเสียงเลือกตั้งด้วย</p> <p>นั่นทำให้เกิดคำถามขึ้นมาว่า ข้อมูลส่วนบุคคลและแคมเปญโฆษณาออนไลน์เหล่านี้ ถึงขั้นสามารถ ‘เปลี่ยน’ ผลการเลือกได้เลยหรือเปล่า</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>และถ้าทำได้อย่างนั้น ก็แปลว่าสื่อใหม่เหล่านี้ ‘ทรงพลัง’ ในแบบที่สื่อเก่าไม่เคยทำได้มาก่อนนะสิครับ</p>
	<p>[คำถาม] เราจะรู้เท่าทันสื่อแนวใหม่นี้ได้อย่างไร</p> <p>ดร.ชญัสรา (ตอบ) “เป้าหมายของนักโฆษณาในยุคดิจิทัลเนี่ยสำคัญ คือ เขาต้องการสร้างโมเดลในการทำนายได้ว่า “คุณอยากซื้ออะไร” คนคนนี้น่าจะอยากซื้อแบบนี้ คนคนนี้น่าจะอยากได้สินค้าหรือบริการแบบนี้ เขาก็จะเสนอตรงมาให้เราได้แบบไม่น่าเชื่อ ทั้งหมดก็คือข้อมูลที่เรายอมให้เขาเอาไปวิเคราะห์ life style ของเรานั้นเอง ซึ่งการใช้กลยุทธ์ทางจิตวิทยาบวกกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าแบบนี้ เป็นสิ่งที่เราต้องรอบรู้หรือรู้เท่าทัน ว่าการที่โฆษณาหรือสิ่งต่างๆ ที่เข้ามาเนี่ยเราต้องการมันจริงไหมหรือเขาแค่เสนอมาให้เราซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่เราสนใจ ต้องตั้งคำถามกับตัวเองว่าต้องการสิ่งนั้นจริงหรือเปล่า การอยู่ในโลกปัจจุบันโลกดิจิทัล เราจะถูกระตุ้นความอยาก ความต้องการจากระบบนี้ตลอด อันนี้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้รับสารต้องรู้เท่าทันด้วยว่านั่นเป็นสิ่งตัวเองต้องการจริงหรือเปล่า</p>
	<p>[บรรยาย]</p> <p>ในโลกของสื่อใหม่ เกิดการโฆษณาที่ใช้ข้อมูลความเป็นส่วนตัวมาเป็นฐานในการออกแบบโฆษณาแบบที่เรียกว่า Personalization มากขึ้น ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งก็ก่อให้เกิดข้อถกเถียงว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าหรือบริการนั้นจริงๆ หรือเป็นการหลอกล่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการเทียมขึ้นมากันแน่</p>

	<p>[บรรยาย]</p> <p>พูดได้ว่า สื่อเป็นเครื่องมือมีอิทธิพลในการชี้นำผู้คนและสร้างวาระทางสังคมอย่างยิ่ง โดยเฉพาะพลังของสื่อโฆษณา ที่ออกแบบมาเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมโดยเฉพาะ</p> <p>มนุษย์เราไม่ได้มีเหตุผลตลอดเวลาอย่างที่ตัวเองเข้าใจ ส่วนใหญ่เราใช้สัญชาตญาณตัดสินใจมากกว่า สื่อจึงเข้ามามีอิทธิพลกับเราได้มากอย่างไม่น่าเชื่อ โดยเฉพาะยุคดิจิทัล พลังของสื่อก็ยิ่งแหลมคมทะลุทะลวงเข้ามาโน้มน้าวใจเราอย่างที่เราไม่รู้ตัวมากขึ้น</p> <p>ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งของชีวิตในศตวรรษที่ 21</p> <p>เพราะการรู้เท่าทันสื่อ ก็คือการรู้เท่าทันตัวเองนั่นเอง</p>
	<p>[พิธีกร]</p> <p>จะเห็นนะครับว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความคิดของมนุษย์เราก่อนข้างมาก ยิ่งเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป สื่อก็อาจจะเข้าถึง ชี้นำและกำกับความคิดของเราได้มากขึ้น</p> <p>นั่นเพราะว่าเรามีจุดอ่อน มนุษย์เรามักจะตัดสินใจทำอะไรลงไปในชีวิตประจำวันมากกว่า 95% โดยไม่รู้ตัว นั่นเป็นเหตุให้สื่อต่างๆบุกเข้ามาควบคุมความคิดของเรา</p> <p>นี่คือความท้าทายของการจัดการระบบนิเวศสื่อ ซึ่งไม่ใช่ท้าทายเฉพาะกับองค์กรกำกับดูแลเท่านั้น แต่ยังท้าทายพวกเราทุกคน ในฐานะที่เป็นทั้งผู้บริโภคและผลิตซ้ำเนื้อหาต่างๆ</p> <p>เราต้องรู้เท่าทันสื่อนะครับ</p>

สารคดีชุด ‘รู้ทันสื่อ คือ ทางออก’
ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือซาตาน

นำเสนอตัวอย่างของสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในสังคมไทยและต่างประเทศ ที่สื่อทำหน้าที่เชิงสร้างสรรค์ได้อย่างทรงพลัง จนสามารถสร้างให้บุคคล หรือสังคมได้รับประโยชน์ในทางที่ดี

ขณะเดียวกันในอีกทางหนึ่ง ก็จะนำเสนอตัวอย่างของสื่อที่ทำหน้าที่เชิงทำลาย บั่นทอน ก้าวร้าว บิดเบือน จนทำให้บุคคลหรือสังคมได้รับผลกระทบในทางลบ ก่อนให้เกิดความเสียหายตามมาได้อย่างไม่น่าเชื่อ

ความคาดหวังจากสารคดีตอนนี้ คือ การได้เห็นตัวอย่างของสื่อว่า สามารถสร้างและทำลายสังคมได้จริงๆ รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะให้ผู้เสพหันมาใส่ใจการเสพสื่อมากขึ้น

ลำดับ	โครงประเด็น	แนวทาง วิธีการเล่า เรื่อง/ภาพ	
เบรก 1			
ซาตาน VS นักบุญ			
1.1	เปิดด้วยคลิปคำปราศรัยของอดอล์ฟ ฮิตเลอร์/เชอร์ชิล/สงครามโลก/ /สงครามวันดา/โรฮิงญา/สงครามเสื้อสีในไทย ตัดสลับกับ ภาพข่าวหมู่ป่าติดถ้ำ/โครงการก้าวคนละก้าว/ Ted Talk/ ภาพความ ร่วมมือระหว่างประเทศ/ ภาพข่าวการช่วยเหลือผู้อพยพ/ ภาพข่าว การสืบสวนของ BBC	เพลงต้นเต้าน/ พร้อมภาพที่ เกี่ยวข้อง	

1.2	<p>[พิธีกร]</p> <p>‘สื่อ’ คือเครื่องมืออันทรงพลัง</p> <p>‘สื่อ’ จึงเป็นได้ทั้งนักบุญและซาตาน</p> <p>ขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์เราใช้งาน ‘สื่อ’ อย่างไร</p>	รวมภาพข่าวหนังสือพิมพ์/วิทยุโทรทัศน์	
1.2	<p>[บรรยาย]</p> <p>คุณรู้จักประเทศรวันดาไหม</p> <p>ในปี 1994 คนสองกลุ่มในประเทศรวันดา เกิดความเกลียดชังกันอย่างรุนแรงจนลุกขึ้นมาฆ่ากัน</p> <p>ใน 2 เดือน คาดว่ามีคนไปตายกว่า 800,000 คน ทั้งเมืองมีแต่ซากศพ</p> <p>จนรวันดาแทบจะเป็นนรก</p> <p>ถามว่า ทำไมคนรวันดาถึงลุกขึ้นมาฆ่ากันขนาดนั้น</p> <p>คุณเชื่อไหม หากบอกว่ามันเกิดจากบทบาทของสื่อ</p> <p>สื่อที่กลายเป็นซาตาน</p>	ภาพเหตุการณ์ในรวันดา	
1.3	<p>สัมภาษณ์นักวิชาการ</p> <ul style="list-style-type: none"> • สื่อมีบทบาทในการสร้างความเกลียดชังจนมีคนฆ่ากันหลายแสนคนได้อย่างไร 	ประจักษ์ ก้องกีรติ เรื่องสื่อในรวันดา	

<p>1.4</p>	<p>[บรรยายสลับกับการสัมภาษณ์]</p> <p>ปรากฏการณ์ที่สื่ออยู่ทำให้เกิดความรุนแรงนั้นเกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก แต่ในวันดาถือว่าสะเทือนขวัญและรุนแรงอย่างมาก</p> <p>สื่อที่แพร่กระจายความเกลียดชังในวันดาตอนนั้น ก็คือสื่อวิทยุของฝั่งฮูตู ที่ได้ฉายาว่า ‘วิทยุแห่งความตาย’ ตีเจคนหนึ่งเรียกชาวตูดซีที่เป็นฝั่งตรงข้ามว่าเป็นแมลงสาบที่ต้องถูกกำจัดทิ้ง</p> <p>“จะฆ่าหรือเป็นฝ่ายถูกฆ่า” คือวิถีโหดเพื่อความรุนแรง แทนที่จะสร้าง ‘สติ’ ให้กับสังคม</p> <p>‘สื่อ’ จึงกลายเป็นซาตานได้ทุกเมื่อ</p>	<p>ภาพจากหนังสือ Hotel Rwanda/ตัดกับภาพจริง</p>	<p>อาจตัดสลับสัมภาษณ์นักวิชาการ</p>
<p>1.5</p>	<p>[บรรยาย]</p> <p>นอกจากสื่อภายในจะยุยงปลุกปั่นแล้ว สื่อระหว่างประเทศก็ไม่ได้รายงานข่าวมากเพียงพอ</p> <p>ส่วนหนึ่งเพราะเป็นว่าวันดาเป็นประเทศเล็กๆ และไม่ได้ตระหนักว่านี่คือ ‘การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์’ ครั้งมหโหฬาร</p> <p>มีบทวิเคราะห์บอกว่า กองทัพสหรัฐพร้อมจะแทรกแซงเหตุรุนแรงในวันดา แต่ฝ่ายนโยบายเชื่อสื่อที่วีเจ้านึงที่บอกว่าเป็นเหตุการณ์ในโซมาเลีย จึงไม่เกิดปฏิบัติการแทรกแซงขึ้น</p> <p>สื่อจึงอาจมีส่วนสร้าง ‘อคติ’ ให้เกิดขึ้นได้แม้กระทั่งกับผู้ตัดสินใจในระดับนโยบาย</p>		<p>อาจตัดสลับสัมภาษณ์นักวิชาการ</p>
<p>1.6</p>	<p>[บรรยาย]</p> <p>ตัวอย่างในวันดา อาจทำให้หลายคนนึกถึงหลายเหตุการณ์ในไทย ลองนึกย้อนดูก็ได้ ว่าสื่อไทยเคยกลายร่างเป็น ‘ซาตาน’ เหมือนสื่อวันดาหรือเปล่า</p>	<p>ภาพข่าวจากหนังสือพิมพ์ดาวสยาม “ฆ่าคอ มิวนิสต์ไม่</p>	

		บาป”	
1.7	<p>[บรรยาย]</p> <p>แน่นอน สื่อไม่ได้เป็นแค่ชานานเท่านั้น พลังของสื่อทำให้สื่อสามารถเป็นนักบุญผู้สร้างสรรค์สังคมได้ด้วย</p> <p>แต่ถ้าอยากให้อสื่อมีความสร้างสรรค์ สังคมก็ต้องตั้งคำถามและตรวจสอบสื่ออยู่เสมอ</p>	<p>ภาพข่าวสื่อ</p> <p>เชิงบวก</p>	
1.8	<p>ปิดเบรก</p> <p>[พิธีกร]</p> <p>คุณเคยสงสัยไหมครับ ว่าทำไมเราถึงเชื่อสื่อได้ง่ายๆ ทั้งที่บางครั้งสื่อก็ไม่นำเสนอความจริงทั้งหมด หรือบ่อยครั้งกว่า ที่สื่อนำเสนอเรื่องที่ไร้เหตุผลหรือเป็น ‘ข่าวปลอม’ ด้วยซ้ำไป</p> <p>ไปติดตามการทดลองที่จะลงลึกถึงจิตใจเราได้ในช่วงหน้าครับ</p>		

เบรก 2 สื่อสร้างเรื่อง 'ความจริง' จากเรื่องไม่จริงได้อย่างไร			
2.1	[พิธีกร] ที่มนุษย์เราอ่านข่าวปลอมแล้วเชื่อ ก็เพราะมนุษย์เราไม่ได้เป็นสัตว์ที่มีเหตุมีผลขนาดนั้น ส่วนใหญ่แล้ว เราเชื่อเพราะว่าคนอื่นเชื่อ และทำบางสิ่งเพราะคนอื่นทำ ลองไปดูการทดลองต่อไปนี้กันครับ		
2.2	ทำ Social Experiment เรื่อง Conformity อย่างง่าย <ul style="list-style-type: none"> ● ทำการทดลองให้หน้าม้า ไปนั่งรวมอยู่กับผู้ที่ถูกทดลอง โดยหน้าม้าจะต้องมากกว่าผู้ถูกทดลอง ● ตอนแรกให้ทุกคนนั่งเหมือนกันหมด เมื่อมีเสียงกระดิ่ง ให้หน้าม้าลุกขึ้นโดยพร้อมเพรียงกัน (ให้สังเกตว่า ผู้ถูกทดลองมีปฏิกิริยาอย่างไร) ● เมื่อมีเสียงกระดิ่งให้อีกครั้งให้หน้าม้านั่งลง (สังเกตว่า ผู้ถูกทดลองมีปฏิกิริยาอย่างไร) ● ทำการทดลองกับหลายๆ คน ● ผลการทดลอง: คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะทำตามหน้าม้า และจะเริ่ม เรียนรู้โดยอัตโนมัติว่า เมื่อมีเสียงกริ่ง 		

	<p>[บรรยายประกอบการทดลอง]</p> <p>คนเหล่านี้คือหน้าม้า</p> <p>คนที่เข้ามาใหม่คืออาสาสมัครที่คิดว่าคนอื่นก็มานั่งรอเหมือนตัวเอง</p> <p>แล้วจู่ๆ ก็มีเสียงกระดิ่งดังขึ้น หน้าม้าทุกคนลุกขึ้นยืน</p> <p>คุณคิดว่าอาสาสมัครของเราจะมีปฏิกิริยาอย่างไร</p> <p>เมื่อมีเสียงกระดิ่งอีกครั้ง หน้าม้าทุกคนนั่งลง</p> <p>แม้ไม่มีเหตุผลอะไรเลย แต่กับการทดลองแบบนี้ พบว่าคนส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะทำตามหน้าม้า และจะเริ่มเรียนรู้โดยอัตโนมัติว่า เมื่อมีเสียงกระดิ่ง จะต้องลุกขึ้นหรือนั่งลง</p>		
2.3	<p>[พิธีกร]</p> <p>เพราะมนุษย์เราเป็นสัตว์สังคม ดังนั้น เสียง หรือการกระทำของคนอื่นจึงมีผลต่อเราเสมอ</p> <p>แต่สังคมปัจจุบันยังมี ‘สื่อ’ คอยทำหน้าที่แทนหน้าม้าต่างๆ ด้วย</p> <p>สื่อจึงมีผลกับสมองของมนุษย์อย่างมากโดยที่เราไม่รู้ตัว</p>	<p>ทำกิมมิก เช่น</p> <p>พิธีกรนั่งอยู่ พอ</p> <p>เสียงกระดิ่งสั้น</p> <p>ก็ยืนขึ้นและพูด</p> <p>เมื่อพูดจบ</p> <p>กระดิ่งสั้นอีก</p> <p>ครั้งก็นั่งลง</p>	

<p>2.4</p>	<p>Voice Over พิธีกร เล่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อ</p> <p>นอกจากการทดลองข้างต้นแล้ว ยังมีงานวิจัยอีกหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อโดยตรง</p> <p>เช่น การทดลองให้คนอ่าน ‘ข่าวปลอม’ ซ้ำๆ ปรากฏว่าพอได้เห็นข่าวปลอมบ่อยๆ ก็จะเริ่มเชื่อว่าจริง</p> <p>ในสหรัฐอเมริกา เคยมีการศึกษาหนึ่ง ให้คนอ่านหนังสือพิมพ์สองค่าย ค่ายหนึ่งเห็นว่าปรากฏการณ์ โลกร้อนเป็นเรื่องไม่จริง อีกค่ายใส่ใจปัญหาโลกร้อน</p> <p>เมื่อเปรียบเทียบกัน พบว่าคนสองกลุ่มนี้แนวโน้มแสดงพฤติกรรมเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่างกัน โดยเป็นไปสื่อที่ตัวเองเสพ</p>		
<p>2.5</p>	<p>พิธีกรสรุป</p> <p>สมองของเราที่ทำงานไม่เป็นเหตุเป็นผลก็เรื่องหนึ่งนะครับ แต่การที่สื่อยิ่งมาตอกย้ำเรื่องราวแบบเดิมๆ โดยเฉพาะเรื่องไม่จริง ก็ยิ่งทำให้พลังของสื่อเพิ่มพูนขึ้นไปอีก</p> <p>คำถามก็คือ แล้ว ‘สื่อที่สร้างสรรค์’ ควรจะเป็นอย่างไรกันแน่ ไปติดตามต่อในช่วงหน้าครับ</p>		

เบรก 3 สื่อสร้างสรรค์			
3.1	<p>เปิดด้วยภาพ Classic ของแวดวงสื่อสารมวลชน</p>  <p>How the Media can manipulate our viewpoint</p> <p>[บรรยาย]</p> <p>คุณเห็นอะไรจากภาพข่าวของสื่อทั้งสามข้างต้นบ้าง และคิดว่าภาพทั้งสามบอกอะไรเรา</p>		
3.2	<p>บรรยาย</p> <p>ที่จริงแล้ว แก่นของสื่อ คือ การเป็นตัวกลางเพื่อส่งสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร จะทีวี วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ แก่นล้วนเป็นเช่นนี้</p> <p>แต่คำถามก็คือ ‘ตัวกลาง’ ที่ ‘เป็นกลาง’ นั้นมีอยู่จริงหรือ หรือว่าตัวกลางเองก็มีการ ‘เล่าเรื่อง’ ที่คัดสรรข้อมูลมาเสนอแล้วโดยไม่รู้ตัว</p> <p>แค่การเลือกครีโปกภาพเมื่อสักครู่ ก็พอบอกแล้วว่าแต่ละภาพมี ‘เรื่องเล่า’ ของตัวเองที่ไม่เหมือนกัน</p> <p>ดังนั้น ถึงที่สุดแล้ว สื่ออาจไม่ใช่ นักบุญหรือซาตานในตัวเองก็ได้</p> <p>คำถามสำคัญกว่าก็คือ ใครเป็นคนเล่าเรื่อง เล่าอย่างไร และผู้ฟังเรื่องเล่านั้นล่ะ ฟังในเงื่อนไขแบบไหน</p>		

3.3	<p>สัมภาษณ์นักวิชาการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ความสำคัญของคนเล่าเรื่องในกระบวนการทำสื่อ ● ความสำคัญของเรื่องเล่าในกระบวนการทำสื่อ 	ศ.ดร.พิรงรอง รามสูตร	
3.4	<p>บรรยาย ตัวอย่างสื่อสร้างสรรค์ (เคสหมูป่า)</p> <p>ตัวอย่างการนำเสนอข่าวที่สร้างสรรค์ที่สุดกรณีหนึ่ง และเป็นกรณีระดับโลกที่เกิดขึ้นในประเทศไทยด้วย ก็คือข่าว ‘ทีมหมูป่า’</p> <p>ในการทำข่าวนี้อ สื่อไทยและสื่อต่างประเทศร่วมกันสร้างวาระระดับโลกขึ้นมา จนพูดได้ว่าเป็นความร่วมมือระดับนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดครั้งหนึ่ง</p>	ภาพข่าวทีม หมูป่า	

<p>3.5</p>	<p>บรรยาย ตัวอย่างสื่อสร้างสรรค์ (เคส Anatomy of Killing)</p> <p>ข่าวที่สร้างสรรค์นั้น ไม่ได้จำกัดเฉพาะกับการรายงานเท่านั้น แต่ยังกว้างไกลไปถึงการ ‘วิเคราะห์’ ได้ด้วย</p> <p>เมื่อไม่นานมานี้ นักข่าว BBC ได้ใช้คลิปข่าวชื่อ Anatomy of Killing แสดงให้เห็นว่า สามารถวิเคราะห์การสังหารผู้บริสุทธิ์ จากคลิปในที่เผยแพร่ในโซเชียลมีเดียได้อย่างไร</p> <p>ในคลิปนี้ มีการเปรียบเทียบทางภูมิศาสตร์และสืบค้นข้อมูลออนไลน์ต่างๆ จนบอกได้ว่าผู้กระทำความผิดเป็นใคร</p> <p>นี่เป็นตัวอย่างสำคัญของการที่สื่อทำหน้าที่ของตัวเอง เพื่อให้ความจริงกระจ่างออกมาในที่สุด</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=XbnLkc6r3yC</p>	
------------	--	--	--

<p>3.6</p>	<p>บรรยายสรุป เนื้อหาของตอนทั้งหมด</p> <p>จะเห็นว่า สื่อนี้ทรงพลังอย่างยิ่งในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับผู้รับสื่อทั่วไป ที่อาจคิดว่าข่าวปลอมเป็นข่าวจริง จนถึงการปลุกปั่นให้เกิดความรุนแรงระดับฆ่าล้างเผ่าพันธุ์</p> <p>แต่หากสื่อทำให้คนฆ่ากันได้เพราะอคติและความเท็จ ในอีกด้าน สื่อก็ย่อมนำพลังคมสู่แสงสว่างของความจริงได้ด้วยเช่นกัน</p> <p>สื่อจึงอาจเป็นได้ทั้งนักบุญหรือซาตาน ขึ้นอยู่กับว่า ‘มนุษย์’ เรานี้แหละ ใช้สื่ออย่างไร และใช้ไปเพื่ออะไร</p>		
------------	--	--	--

สารคดีชุด ‘รู้ทันสื่อ คือ ทางออก’
ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)

เนื้อหาของสารคดีตอนที่ 3 นี้ จะนำเสนอวิธีในการเสพสื่อให้เท่าทัน โดยมีหลักในการคิด สังเกต วิเคราะห์ ใน 5 หัวข้อ ดังนี้

1. ใครเป็นคนสร้างสื่อนี้ 2. มีการใช้เทคนิคอย่างไรบ้างเพื่อให้เราสนใจ 3. คนแต่ละคนมีความเข้าใจในสื่อนี้แตกต่างกันอย่างไร 4. สื่อให้มุมมอง และมีประโยชน์อย่างไร 5. สื่อนี้สร้างขึ้นมาเพื่ออะไร

โดยการยกตัวอย่างจากสื่อประเภท ‘ละคร’ ‘รายการ’ และ ‘โฆษณา’ พร้อมแยกย่อยในการวิเคราะห์ให้เห็นอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการเสพสื่ออย่างเท่าทัน

ความคาดหวังจากสารคดีตอนนี้คือ การที่ผู้เสพสื่อที่เป็นชาวและคลิปทางออนไลน์แล้ว สามารถคิด วิเคราะห์ แยกแยะ ถึงที่มาที่ไปและวัตถุประสงค์ของการสร้างสื่อเหล่านั้นออกมา และหาบทสรุปต่อสื่ออื่นๆ ตามหลักแนวทาง 5 ข้อได้

เบรค 1	
(ดนตรี)	เปิดด้วยคลิปละคร / รายการ / ให้มีความหลากหลาย เช่น ตบจูบ บู้ รักโรแมนติก ตลก ใช้กำลังและความรุนแรง เน้นที่บทพระเอกนางเอก ความสัมพันธ์ชายหญิง ตัดสลับเร็วๆ
(บรรยาย)	ในโทรทัศน์ สิ่งที่เราคุ้นเคยมากที่สุดก็คือ ‘การแสดง’ หลายคนอาจไม่คิดว่า ละครหรือการแสดง แท้จริงก็เป็น ‘สื่อ’ อย่างหนึ่งเหมือนกัน แต่การแสดงไม่เหมือนสื่ออื่นๆ การแสดงมีทั้งสิ่งที่พูดออกมาตรงๆ และสิ่งที่ไม่ได้พูด แต่ก็ยังสื่อให้เราเห็นและเข้าใจได้ ดังนั้น ถ้ามองในฐานะสื่อ การแสดงหรือละครจึงไม่ใช่สื่อที่ ‘เป็นกลาง’ แต่เต็มไปด้วยความคิดความเชื่อที่หลากหลาย
Voxpop	คนที่ 1 ชอบดูละครค่ะ คนที่ 2 ไม่ดูเลยค่ะ คนที่ 3 ดูค่ะ คนที่ 4 ไม่ได้ชอบหรือชอบ ก็ได้ คนที่ 5 ดูเป็นบางเรื่องค่ะ

	<p>คนที่ 6 ดูครับ</p> <p>คนที่ 7 ดูบ้าง</p> <p>คนที่ 8 ก็ชอบนะ</p> <p>คนที่ 9 ดูค่ะ</p> <p>คนที่ 10 ดูค่ะ</p> <p>คนที่ 11ไม่ค่อยได้ดูค่ะ</p> <p>คนที่ 12 ไม่ค่อยได้ดูครับ</p> <p>คนที่ 13 ดูบ้างค่ะ</p>
	<p>คำถาม ดูละครแล้วได้อะไร</p> <p>คนที่ 1 ก็ได้แง่คิดในชีวิตในชีวิตประจำวัน ก็มีแบบพวกน้ำใจ พวกธรรมะ แบบพวกแง่คิดอะไรต่างๆ</p> <p>คนที่ 2 อย่างบุพเพสันนิวาสเราได้เรื่องของประวัติศาสตร์ ถ้าเป็นพวกแอ็คชั่นก็ในแง่ของการทำงาน มุมภาพ เนื้อเรื่องเขาดำเนินเรื่องยังไง</p> <p>คนที่ 3 ความบันเทิง ความสนุก</p> <p>คนที่ 4 มันจะมีเรื่องของแนวคิด การนำไปใช้กับชีวิตเรา</p> <p>คนที่ 5 บางเรื่องก็ให้สาระ ให้ความรู้ ให้แนวคิดที่ดี</p> <p>คนที่ 6 ได้ข้อคิดจากบางเรื่อง สิ่งที่เราควรทำ ไม่ควรทำ หรือสิ่งที่ทำไปแล้วมีผลตามมาอย่างไร บางที่เราคิดไม่ถึง</p>
<p>(บรรยาย)</p> <p>สมัยก่อน มหรสพต่างๆ เล่นกันให้ดูสุดๆ เช่น ลิเก ละครเวที ژی้ว แต่ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือรายการทีวี คือการแสดงที่มาพร้อมกับเทคโนโลยี</p> <p>คำถามก็คือ แม้เทคโนโลยีจะเปลี่ยนไป แม้เทคโนโลยีจะ ‘ใหม่’ ขึ้น แต่ตัว ‘เนื้อหา’ ที่ถ่ายทอดและอยู่ในละครนั้น เป็นเรื่องใหม่ไปด้วยหรือเปล่า</p> <p>บ่อยครั้ง ละครโทรทัศน์ถูกวิจารณ์ว่า ‘น้ำเน่า’ ซึ่งก็คือการหยุดนิ่งไม่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ก็เพราะมักใช้เทคโนโลยีใหม่ เพื่อเล่าเรื่อง ‘เก่า’ ที่คนคุ้นเคยอยู่แล้วนั่นเอง</p>	<p>ภาพมหรสพต่างๆ</p> <p>ภาพละครทีวีเมคหลายๆ เวอร์ชั่น</p>
	<p>สัมภาษณ์ ภาวัต พนังคศิริ</p>

	<p>ผู้กำกับภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ “โดยส่วนตัว ผมไม่รู้ อะไรคือละครน้ำเน่า อะไรคือละครน้ำดี ไม่รู้คนดูเขาใช้หลักเกณฑ์จริงๆตรงไหนวัด อันนี้คือละครน้ำเน่า อันนี้คือละครน้ำดี แต่ส่วนใหญ่ละครน้ำเน่าโดนคนดูนะ ละครน้ำเน่ามักจะ touch คนดู ผมมีความรู้สึกว่าจะ อาจจะเป็น เพราะว่าสิ่งที่เกิดขึ้น ในสังคมยุคปัจจุบันสิ่งที่เราเห็นกันอยู่ มันเลยไม่พ้น เรื่องครอบครัว เรื่องสังคม เรื่องผัวๆ เมียๆ เรื่องชิงรักหักสวาท ซึ่งชีวิตจริงในสังคมมันก็เป็นแบบนี้ มันเลยรู้สึกว่าพอมันใกล้กับชีวิตจริงมันก็เลยน้ำเน่า</p>
	<p>สัมภาษณ์ อ.ศัลยา ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ “น้ำเน่าสำหรับครูคือน้ำนิ่ง ไม่มีการหมุนเวียน มันก็เน่า เกิดการไม่ถ่ายเท เพราะฉะนั้นละครน้ำเน่ามันก็เป็นละคร ทำนองนี้ เป็นละครที่นิ่งๆ เขียนแต่เรื่องที่ร้ายกาจต่อกัน ตบตีกัน หรือว่าอิจฉาริษยากัน แย่งสมบัติกัน อะไรพวกนี้ ววนเวียนอยู่แต่ตรงนี้ มันไม่ได้ไปไหน ไม่ตรงกับชีวิตของคน ในสังคมทั่วไป คนมันต้องมีทำอะไรหลายอย่างชีวิต ทำมาหากินประกอบอาชีพ คิดอะไรต่ออะไร ที่มันเป็นเรื่องเป็นราว แต่ละครน้ำเน่ามันไม่มี มันเป็นแบบนี้ตลอดทั้งเรื่อง ไม่มีเหตุผลในการทำตัวต่างๆนาๆ หาเหตุผลอะไรก็ไม่ได้ เนี่ย สำหรับครูคือละครน้ำเน่า”</p>
	<p>สัมภาษณ์ภาสกร อินทกุลมาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ “คือคำว่าน้ำเน่า จริงๆคืออะไร ก็ไม่รู้เหมือนกัน ใคร บัญญัติมันขึ้นมา มันเกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อไหร่ แต่เข้าใจว่าแบบนี้ ขบวนการดูศิลปะการแสดงหรือว่าละครของไทย ของ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือของเอเชียโดยภาพรวมเลยก็ได้ เราไม่ได้ดูละครสมจริงอยู่แล้ว ลิงก ลิเก โขน หนังใหญ่ มันไม่ได้สมจริงอยู่แล้ว ในแบบละครสมัยใหม่แบบ ตะวันออก ดังนั้นคนแถวนี้ ย่านนี้ คนไทยเนี่ยแหละ จะคุ้มกับการดูละครที่ไม่สมจริง ละครที่ไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงของมนุษย์และสังคมจริงๆในแบบสมจริงนะ ความไม่สมจริงมันก็สะท้อนความจริงของมนุษย์ได้แหละ แต่ว่าโดย</p>

	<p>รูปแบบการนำเสนอมันไม่สมจริงอยู่แล้ว ที่น้ำมันเลยกลายเป็นรสนิยมประการหนึ่งว่า เราชินกับการดูที่ไม่สมจริงในแง่การนำเสนอ แจกแจงประเด็นเข้าใจว่าคำว่าน้ำมันถูกผูกในแง่ที่ว่าละครไร้สาระ ไม่มีสาระ การแย่งชิงกิเลส ตัณหา โน้มนั้นโน้น ผนวกกับการนำเสนอ เช่นบทที่ไม่ดีพอ การแสดงที่ไม่ดีพอ การกำกับที่ไม่ดีพอ คาดว่า</p>
	<p>คำถาม ละครน้ำเน่าสะท้อนอะไรในสังคมไทย สัมภาษณ์ภาสกร อินทุมาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ “มันเมื่อก่อนวิชาการทางด้านทีวี บอกว่า คนในสังคมปัจจุบันมันอยู่ในสภาวะกดดัน อยู่กับสังคมที่ภาวะเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่กดดัน ทำให้เครียด ดังนั้นมันทำให้ละครทีวีที่เรียกว่าน้ำเน่ามันทำหน้าที่ มันมีคำภาษาอังกฤษว่า escapism ทำให้หลบหนี หลีกหนี ไปจากชีวิตประจำวัน สมมตินะ ดูละครแบบชวนฝันเช่น บ้านทรายทอง พงมานสว่างวงศ์ หรือแม้แต่ ถ้าเป็นฝรั่งก็เป็นซินเดอเรลล่า ไข่ละครแบบนี้ที่ถูกเรียกว่าน้ำเน่า มันมีหน้าที่ทางสังคมของมันในแง่หนึ่งก็คือว่ามันพาคนดูออกไปจากชีวิตประจำวัน อันแสนจะมีความสุขหรืออันแสนจะเหน็ดเหนื่อย ในอีกส่วนหนึ่ง ละครมันก็สะท้อนชีวิตมนุษย์นั้นแหละ”</p>
<p>(พิธีกร) เรื่องหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ ว่ามีอยู่ในละครโทรทัศน์ทุกเรื่อง ก็คือเรื่องรักๆ ใคร่ๆ ของตัวละครที่เป็นพระเอกนางเอก พระเอกนางเอกในละคร คือ ‘ต้นแบบ’ ของผู้คนในสังคมมาทุกยุคทุกสมัย พูดอีกอย่างก็คือ พระเอกนางเอกในละครนั้น เป็นภาพของ ‘ผู้ชายในอุดมคติ’ และ ‘ผู้หญิงในอุดมคติ’ ของสังคมนั่นเอง ดังนั้น ละครโทรทัศน์จึงมีบทบาทสำคัญ ในการสร้างและปลูกฝัง ‘บทบาททางเพศ’ ให้กับคนในสังคม</p>	
<p>บรรยาย)</p>	

<p>เราเห็นอะไรบ้างในละครโทรทัศน์</p> <p>จากพระเอกและนางเอก เราเห็นความหล่อสวย ซึ่งกลายเป็นมาตรฐานของสังคมในยุคนี้ๆ ไม่ว่าจะป็นรูปร่าง การแต่งตัว สีผิว จริตจะก้าน คำพูดคำจา</p> <p>เหนือไปกว่านั้นอีกชั้น ละครยังสามารถกำหนด ‘อุดมคติ’ เรื่องอื่นๆ ให้สังคมได้ด้วยโดยสังคมไม่รู้ตัวเพราะสนุกไปกับเนื้อหาของละคร เช่น อุดมคติเรื่องความรัก การแต่งงาน ความกตัญญู ความสามัคคี และอื่นๆ</p> <p>นอกจากอุดมคติแล้ว ละครยังอาจปลูกฝังมายาคติบางอย่างให้กับผู้ชมได้ด้วย เช่น คนที่มีความหลากหลายทางเพศต้องสนุกสนาน นางเอกต้องผิวขาวและเรียบริ้ว เป็นต้น ส่วนใหญ่ มายาคติเหล่านี้มักเป็นมายาคติทางเพศ</p>	
<p>(พิธีกร)</p> <p>จะเห็นว่า ละครไม่ใช่ ‘สื่อ’ ที่ซบเน้นความเป็นกลางเหมือนข่าว แต่ละครต้องแสดงออกอย่างเข้มข้นเพื่อให้ถึงอารมณ์ของเรื่องเล่า</p> <p>ละครจึงมีส่วนสร้างสังคม และสังคมที่เกิดขึ้นก็ย้อนกลับไปสร้างละครด้วย นั่นยังทำให้ละครเข้าถึงและแนบแน่นกับผู้คนทั่วไปอย่างคาดไม่ถึง</p>	
เบรค 2	
<p>(พิธีกร)</p> <p>ถ้าขอบทละครโทรทัศน์ คุณผู้ชมคงรู้เหมือนผมว่า ละครแทบทุกเรื่องต้องมีเรื่อง ‘ความรัก’ เป็นแก่นใหญ่ของเรื่อง</p> <p>แต่คุณก็รู้เนาะครับ ว่าความรักทำให้คนตาบอด</p>	

<p>แล้วถ้าความรักมาอยู่ในละครที่มีการนำเสนอที่สนุกสนานและแนบเนียน ละครที่ว่าด้วยความรัก จะทำให้พวกเราทั้งสังคม ‘ตาบอด’ ไปกับบางเรื่องหรือเปล่า</p> <p>ลองไปดูตัวอย่างต่อไปนี้ นะครับ</p>	
<p>[รวมภาพถ่ายละคร พระเอกปล้ำนางเอก, ผู้ร้ายปล้ำนางเอก ตัดมาหลายๆ ซีซั่น เพื่อให้เห็นว่าละครไทยผลิตซ้ำเรื่องนี้มากแค่ไหน]</p>	
	<p>สัมภาษณ์ภาสกร อินทุภุมาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์</p> <p>“มันผลิตซ้ำวิธีคิดที่ว่าชายเป็นใหญ่ การยอมจำนนของผู้หญิงถึงแม้ว่าเมียจะลุกขึ้นมาขอหย่า แต่มันก็ไปตกอยู่ใต้อำนาจของผู้ชายอีกคนอยู่ดี มันก็ไม่ได้เรียนรู้อะไรเลยว่าผู้หญิงถูกอำนาจโครงสร้างกดทับอยู่ พระเอกข่มขืนนางเอก ในที่สุดกลายเป็นรักกัน มันเป็นไปได้ไหม มึงบ้าหรือเปล่า มึงไปรักคนที่ข่มขืนมึง แล้วมันทำให้การข่มขืนเป็นความชอบธรรมไหม มันเหมือนว่า จริงๆมันเป็นคนดีนะ เป็นคนน่าสงสาร แต่มึงข่มขืนผู้หญิงต้องได้รับโทษสิ รับโทษตามกฎหมาย แต่กลายเป็นว่าไม่ได้รับโทษตามกฎหมาย แลเมผู้หญิงที่มันไปข่มขืนยังมารักมันอีก อันนี้ทุเรศ</p>
<p>เซ็ตถ่าย พิธีกรอยู่ในเหตุการณ์การปล้ำ แต่ผู้ชายที่ปล้ำผู้หญิงนั้นหน้าตาดี แลดูเป็นพระเอก)</p> <p>(พิธีกร)</p> <p>ละครโทรทัศน์ไทยนั้น มีเยอะมากเลยนะครับ ที่พระเอกกับนางเอกได้กันโดยที่ตอนแรกนางเอกไม่สมยอม พระเอกจึงต้องปล้ำ</p> <p>ที่จริงแล้ว การปล้ำก็คือการ ‘ข่มขืน’ นั่นแหละครับ</p>	

<p>คำถามก็คือ ละครไทยกำลังสร้างค่านิยมที่ผิดอยู่หรือเปล่า ประเมินว่าถ้าเป็นคนหน้าตาดีที่มีบทบาทเป็นพระเอก จะสามารถปล้ำผู้หญิงที่ไม่สมยอมกับตัวเองได้</p> <p>ยิ่งเวลาปล้ำถ้าใส่เสียงเพลงซึ้งๆ ใช้มุมนกคล้องที่แสดงให้เห็นถึงความหวานไหวของนางเอก และความมุ่งมั่นของพระเอกที่ดูแล้วไม่ได้แสดงออกซึ่งอารมณ์ทางเพศ แต่เต็มไปด้วยความรัก ก็ยิ่งทำให้คนดูฟินไปอีก</p> <p>การปล้ำประเภทนี้ ในที่สุดตอนหลังนางเอกก็จะใจอ่อน ปล้ำไปก่อน เดี่ยวก็รักไปเอง และกลายเป็นวิธีการหลักที่ถูกนำมาใช้ในละครโทรทัศน์ไทยจำนวนมาก</p>	
--	--

<p>(เซ็ตถ่าย พิธีกรอยู่ในเหตุการณ์การปล้ำ แต่ผู้ชายที่ปล้ำผู้หญิงนั้นหน้าตาไม่ดี แลดูเป็นผู้ร้าย - อาจใช้คนเดิม แต่แต่งหน้าใส่หมวดเครารูปร่าง)</p> <p>(พิธีกร) อีกเหตุการณ์หนึ่งที่เราเห็นบ่อยครั้ง ก็คือพวกโจรผู้ร้ายฉุดนางเอกไปข่มขืน</p> <p>แน่นอนครับว่าเพลงประกอบ ความตื่นเต้น และความกดดันที่ถูกสร้างขึ้น แตกต่างจากเวลาที่พระเอกปล้ำนางเอกโดยสิ้นเชิง</p> <p>บทละครแบบนี้ถึงว่ามีปัญหาย้อนแย้งนะครับ เพราะในละครคนร้ายที่พยายามข่มขืนนางเอก มักจะเป็นคนที่เธอไม่รู้จัก แต่ในชีวิตจริง การข่มขืนที่เกิดขึ้นมักจะเกิดกับคนใกล้ตัว หรือคนที่เธอรูจัก ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัว ญาติ เพื่อนฝูงหรือแม้กระทั่งแฟน คนที่เธอรัก แต่เธอไม่สมยอม</p> <p>หรือพูดอีกอย่างหนึ่งก็คือ ‘คนร้าย’ ที่ข่มขืนในชีวิตจริง ส่วนใหญ่ อาจเป็นคนที่เราคิดว่าเป็น ‘พระเอก’ นั่นแหละครับ</p> <p>ดังนั้น ละครโทรทัศน์ไทยจึงอาจสร้างมายาคติผิดๆ เกี่ยวกับการข่มขืนเอาไว้หลายชั้นเลยนะครับ</p>	
	<p>ละครเซ็ตถ่าย</p> <p>สัมภาษณ์ อ.ศัลยา ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ “เขาคิดว่าตอนเขียนขึ้นมา เขาน่าจะมีภาพของคนเหล่านี้เห็นในชีวิตจริงอยู่บ้าง คือคนเหล่านี้เป็นคนเก่งนะ มีอะไรบางอย่างที่ธรรมชาติให้มาแล้วก็เป็นคนที่มีความฉลาด แล้วก็ความเก่ง มากกว่าหลายๆอย่างในคนปกติ คนเก่งก็</p>

	<p>จะมีคาแรคเตอร์แปลกออกไป คาแรคเตอร์ที่โดดเด่น คิดว่าการเขียน มันมาจากความเป็นจริงพอสมควร ไม่รู้ว่าเขียนจากความเป็นจริงหรือว่าเขามาเล่นแล้วก็มีภาพนั้นติดไปอยู่ในชีวิตจริง”</p>
<p>(พิธีกร)</p> <p>แค่เรื่องบทบาททางเพศเรื่องเดียว ยังมีค่านิยมซ่อนอยู่มากมายหลายชั้นแบบนี้ แล้วเราจะรู้เท่าทันละครซึ่งเป็นสื่ออย่างหนึ่งได้อย่างไรกัน</p> <p>หลายคนอาจจะบอกว่า ดูละครเพื่อบันเทิง จะอะไรมาก จริงอยู่ครับ เราสามารถดูละคร เพื่อความบันเทิงให้สมกับที่เขาอุตส่าห์สร้างมาอย่างให้สนุกได้</p> <p>และหลังละครจบ เราก็สามารถตั้งคำถามต่อเรื่องราวในละครได้ด้วยเช่นกัน แต่เอ๊ะ ตั้งคำถามแบบไหนอย่างไรไปหาคำตอบกันต่อในช่วงหน้าครับ</p>	

สารคดีชุด ‘รู้ทันสื่อ คือ ทางออก’
ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)

เนื้อหาของสารคดีตอนที่ 3 นี้ จะนำเสนอวิธีการในการเสพสื่อให้เท่าทัน โดยมีหลักในการคิด สังเกต วิเคราะห์ ใน 5 หัวข้อ ดังนี้

1. ใครเป็นคนสร้างสื่อนี้ 2. มีการใช้เทคนิคอย่างไรบ้างเพื่อให้เราสนใจ 3. คนแต่ละคนมีความเข้าใจในสื่อนี้แตกต่างกันอย่างไร 4. สื่อให้มุมมอง และมีประโยชน์อย่างไร 5. สื่อนี้สร้างขึ้นมาเพื่ออะไร

ความคาดหวังจากสารคดีตอนนี้คือ การที่ผู้เสพสื่อที่เป็นข่าวและคลิปทางออนไลน์แล้ว สามารถคิด วิเคราะห์ แยกแยะ ถึงที่มาที่ไปและวัตถุประสงค์ของการสร้างสื่อชิ้นนั้นออกมา และหาบทสรุปต่อสื่ออื่นๆ ตามหลัก แนวทาง 5 ข้อได้

เบรค 1	
	เปิดด้วยคลิปข่าวที่ดูหลากหลายจากหลายๆ ช่อง ให้คนดู รู้สึกว่าอยู่ในยุคที่การเสพข่าวเข้มข้นมากๆ
Voxpop	คำถาม – คุณชอบดูข่าวไหม คนที่ 1 ชอบครับ คนที่ 2 ดูครับ คนที่ 3 ดูครับ คนที่ 4 ดูค่ะ คนที่ 5 ดูค่ะ คนที่ 6 ดูค่ะ เป็นคนชอบดูข่าว คนที่ 7 ดูค่ะ คนที่ 8 ข่าว ดูครับ คนที่ 9 ไม่ค่อยได้ดูค่ะ
	คำถาม – คุณชอบดูประเภทไหน คนที่ 1 เกี่ยวกับสังคม เกี่ยวกับต่างประเทศ ข่าวรอบโลก มันเป็นข่าวได้สาระจริงๆ คนที่ 2 ข่าวสังคม มันใกล้ตัวเรา คนที่ 3 ข่าวสังคม การเมือง ด้วยค่ะ เพราะเรียนรัฐศาสตร์ เอามาใช้ในการตอบคำถามอาจารย์ค่ะ คนที่ 4 การเมืองค่ะ การเมืองคือสิ่งที่อยู่ในชีวิตเราโดยตลอด โดยเราไม่รู้ตัว คนที่ 5 สาระทั่วไป ข่าวอาชญากรรม

	<p>คนที่ 6 ตอนนี้เป็นข่าวการเมือง อยากติดตามว่า พรรคการเมืองแต่ละพรรคมีแนวคิดหรือนโยบายที่แตกต่างกันอย่างไร</p>
	<p>คำถาม – อะไรคือข่าว</p> <p>ภัทร คำพิทักษ์ สื่อมวลชนอาวุโส และอดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ</p> <p>อะไรคือข่าว มันคือเรื่องที่มีนัยปรากฏขึ้น มันประกอบไปด้วยความน่าสนใจ และมีสิ่งที่เรียกคุณค่าข่าว คุณค่าข่าวประกอบด้วยอะไร ประกอบด้วย เรื่องที่มันสดใหม่ เรื่องที่ใกล้ตัวประชาชน เป็นเรื่องน่าสนใจใครรู้ เป็นเรื่องที่มีความขัดแย้ง เรื่องที่มีความลึกลับซับซ้อน ซ่อนเงื่อน เป็นเรื่องเกี่ยวเพศ บันเทิงทั้งหมด ทั้งหมดประกอบขึ้นมาด้วยความน่าสนใจ ภาษาอังกฤษมันก็ NEWS ตัวอักษร 4-5 ตัว ถ้าไปดูมันประกอบด้วยทิศต่างๆ ตัวอย่างของทิศเหนือ ทิศตะวันออก ทิศใต้ ทิศอะไรต่ออะไร เรื่องราวที่มันเกิดสารพัดแห่ง มันประกอบขึ้นมาแล้วมีความน่าสนใจ</p>
	<p>ดร.ชนัญสรุ อรรถพ ฒ อยุธา</p> <p>รองคณบดี ฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต</p> <p>หลายๆคนไม่รู้แล้วว่าสิ่งที่เราได้อ่านทุกวันนี้เป็นข่าวหรือไม่ เป็นข่าว อะไรเป็นข่าวกันแน่ เอาจริงๆข่าวมันก็คือการรายงานเหตุการณ์และสถานการณ์ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเรา แต่ว่าข่าวมันถูกผลิตโดยใคร อันนี้เป็นสิ่งที่ต้องตั้งคำถาม ข่าวสามารถผลิตได้โดยสื่อที่เป็นมืออาชีพ นักข่าวที่เป็นมืออาชีพ ซึ่งมืออาชีพหมายถึงอะไร มืออาชีพหมายถึง องค์กรที่มีขบวนการในการผลิตข่าว การหาข่าว และตรวจสอบข้อเท็จจริง เพื่อให้มั่นใจสิ่งที่จะออกมาสู่ประชาชน คือสิ่งที่ถูกต้องแล้ว สิ่งที่ใช้แล้ว อันนี้คือprofessional หรือสื่อที่เป็นมืออาชีพ ที่สำคัญสื่อมืออาชีพมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีพัฒนาการในด้านจริยธรรม เขาจะมีจริยธรรมใน</p>

	<p>การนำเสนอข่าวที่เป็นหลักในการยึดถือไว้ จะทำได้มากได้น้อย แล้วแต่บริบททางสังคม และ ณ ช่วงนั้นเป็นอย่างไร</p>
	<p>เทพชัย หย่อง : สื่อมวลชนอาวุโสและอดีตผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย</p> <p>ผมว่าข่าวเป็นสิ่งที่เรารับรู้กันมาตลอด เป็นเหตุการณ์ที่มันเกิดขึ้น มันก็อยู่ที่ว่าคนตีความว่ามันเป็นข่าวประเภทไหนด้วย ถ้าเป็นข่าวบันเทิง เฮฮา ไม่เป็นไร ไม่เป็นพิษเป็นภัยกับใคร แต่ว่าสังคมมันจะอยู่ได้เมื่อข่าวสารมันต้องมีสาระ มีประโยชน์ ทำให้คนฉลาดขึ้น ทำให้คนตื่นตัวมากขึ้น ยิ่งในยุคนี้ ผมว่าข่าวมันต้องการนิยามที่มีความชัดเจนในตัวมันเองมากขึ้น ทุกวันนี้ข่าวมันเยอะมาก แล้วมันมาช่องทางหลากหลาย มากกว่า 10-20 ปีที่ผ่านมาเลย แต่ถามว่าข่าวที่รับส่วนใหญ่เป็นข่าวที่มีประโยชน์ มันจรรโลง มันช่วยให้สังคมดีขึ้นแค่ไหน ผมว่าอันนี้เป็นคำถามใหญ่ ฉะนั้นผมคิดว่าต้องมาให้คำนิยามข่าวใหม่ด้วยเข้าไปในยุคที่ข้อมูลข่าวสารมันเป็นเรื่องใกล้ตัวคนมากกว่าเมื่อก่อนเยอะมาก ตื่นขึ้นมาไม่ต้องทำอะไรข่าวก็เข้ามาแล้วใช้ไหมครับ มันเป็นเรื่องที่ท้าทายคนในวงการสื่อด้วยว่าเวลาเราอ้างว่าเรารายงานข่าวมันคืออะไรกันแน่ ข่าวที่รายงานออกไป</p>
<p>(พิธีกร)</p> <p>ข่าว - ก็คือการสื่อสารอย่างหนึ่ง</p> <p>ข่าว - ย่อมประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร ตัวสาร และผู้รับสาร</p> <p>เรามักคิดว่า ข่าวก็คือข้อเท็จจริง ฉะนั้นข่าวจึงปลอดจากอคติหรือความคิดใดๆ ผู้ส่งสารหรือนักข่าว เป็นแค่คนที่สื่อสารข้อเท็จจริงเหล่านั้น ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ต่างๆ ไม่สาจะเป็น ทิว วิทยุ หนังสือพิมพ์</p>	

<p>แต่ข่าวเป็น ‘ความจริง’ ที่ปราศจากอคติต่างๆ ร้อยเปอร์เซ็นต์หรือเปล่า</p>	
	<p>ภัทร คำพิทักษ์ สื่อมวลชนอาวุโส และอดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ</p> <p>เป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะบอกรายงานข้อเท็จจริง ข้อเท็จจริงทั้งหลายที่จะนำไปสู่ความเข้าใจ มันต้องรอบด้าน ความรอบด้านมันเป็นจริยธรรมขั้นพื้นฐานอันหนึ่งของคนทำงาน ถ้าเราสามารถทำให้ครบมุมมากที่สุด รอบด้านมากที่สุด มันก็จะทำให้คนเข้าใจสถานการณ์ถูกต้อง เรามีหน้าที่รายงานตามความเป็นจริง เราต้องเข้าใจความเป็นจริงให้มากที่สุด อันนี้เป็นขั้นพื้นฐานที่ทุกคนต้องเข้าใจ เพียงแต่ว่าการทำงานแบบใหม่ ผมรู้สึกว่ามันฉาบฉวยไปนิดหนึ่ง เราไม่ได้บอกเบื้องหลัง บอกแง่มุมต่างๆ ให้มันครบ การรายงานไม่ครบ มันทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือว่าอันตรายได้ ก่อให้เกิดประชามติหรือทัศนคติในทางที่ไม่ถูกต้องได้</p>
<p>(พิธีกร)</p> <p>หากย้อนกลับไปหลายสิบปีก่อน เมื่อโลกยังมีสื่อสารมวลชนที่จำกัดมากๆ ในประวัติศาสตร์ สื่อสารมวลชนไทย แกนหลักก็คือการทำข่าวเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล</p> <p>องค์กรสื่อสารมวลชนหลักในสมัยก่อน ก็คือกรมประชาสัมพันธ์ ที่เริ่มต้นในฐานะ ‘กองโฆษณาการ’ ทำหน้าที่กระจายข่าวสารให้กับประชาชน</p> <p>กรมประชาสัมพันธ์จึงสำคัญมาก เวลาเกิดเหตุการณ์ไม่สงบต่างๆ แต่ละฝ่ายต้องไปยึดกรมประชาสัมพันธ์เอาไว้ก่อน ในฐานะทำหน้าที่กระจายข่าวสารให้กับประชาชนและประชาชนก็เชื่อข่าวที่มาจากกรมประชาสัมพันธ์มากทีเดียวครับ</p> <p>แต่คำถามก็คือ เมื่อโลกดำเนินมาถึงปัจจุบันนี้แล้ว ผู้คนยังเชื่อถือใน ‘เรื่องเล่า’ ที่มาจากรัฐบาลฝ่าย</p>	

<p>เดี๋ยวอยู่อีกไหม</p>	
<p>(บรรยาย)</p> <p>แม้สื่อจะมีหลักการและจรรยาบรรณคอยกำกับ แต่ในโลกจริง เราจะเห็นว่าสื่อเองก็ ‘ถูกใช้’ ให้เป็นกระบอกเสียงของฝ่ายต่างๆ อยู่เสมอ ตัวอย่างของสื่อที่ ‘ถูกใช้’ ให้เป็นกระบอกเสียงของฝ่ายต่างๆ มากที่สุด ก็คือสื่ออย่างหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อสำคัญในเรื่องข่าว เพราะฉับไวและเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ต่างๆ หนังสือพิมพ์ถือกำเนิดมาด้วยเป้าหมายเพื่อนำเสนอ ‘ความจริง’ อย่างเป็นทางการ แต่ในความเป็นจริงแล้ว โลกไม่ได้มี ‘ความจริงแท้’ ที่ลอยอยู่ในอากาศ แต่ละเรื่องล้วนมีหลายมุมให้มอง ในที่สุด หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจึงทำหน้าที่ ‘เล่าเรื่อง’ หรือสร้าง ‘เรื่องเล่า’ ขึ้นมามากกว่า</p> <p>ในบางยุค หนังสือพิมพ์ก็ถูกอำนาจต่างๆ เข้าครอบงำ เช่น ก่อนเหตุการณ์พฤษภาทมิฬปี 2535 สื่อถูกครอบงำชัดเจน จนหลังเหตุการณ์ มีการเรียกร้องให้ปฏิรูปสื่อครั้งใหญ่</p> <p>หรือหลังจากนั้น สื่อก็ถูกอำนาจทุน นักธุรกิจ หรือกระทั่งอำนาจรัฐ เข้ามามีอิทธิพลต่อวงการสื่อ เช่น มีการซื้อหุ้น หรือครอบงำด้วยการซื้อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อแทรกแซงให้สื่อต้องเสนอ ‘เรื่องเล่า’ บางอย่าง</p>	
<p>(พิธีกร)</p> <p>จะเห็นได้ว่า ที่สุดแล้ว ‘ข่าว’ ก็กลายเป็น ‘เรื่องเล่า’ อย่างหนึ่งเหมือนกัน รายการข่าวในปัจจุบันจึงเต็มไปด้วยการ ‘เล่าข่าว’ ที่มีสีสัน ยากจะตัดสินได้ว่า ตรงไหนเป็นความคิดเห็น ตรงไหนเป็น</p>	

<p>ข้อเท็จจริง</p> <p>ท้ายที่สุดแล้ว ‘ข่าว’ ก็คือ สารอย่างหนึ่ง ต้องผ่านการตีความของผู้ส่งสารหรือผู้เล่าอยู่ดี</p>	
เบรค 2	
<p>(พิธีกร)</p> <p>คุณผู้ชมครับ ทุกวันนี้คุณผู้ชมดูข่าวแบบไหนครับ ถ้าเปิดโทรทัศน์ตอนเช้าๆ เราจะเห็นรายการ ‘เล่าข่าว’ เต็มไปหมด</p> <p>ทีนี้ถ้าข่าวเป็น ‘เรื่องเล่า’ เวลาฟังเรื่องเล่าพวกนี้ เราฟังยังไงกันครับ</p> <p>ก็ต้องฟังเหมือนฟังเพื่อนมาที่ให้ฟังใช่ไหมครับ และนั่นแหละครับ คือวิธีรับข่าวสารส่วนใหญ่ของเราในปัจจุบันนี้ (จำลองสถานการณ์)</p> <p>ทำการแสดง ให้เพื่อนสองสามคนนั่งมาที่ข่าวกัน โดยให้แต่ละคนมีบุคลิกที่แตกต่าง และมีนิสัยที่ไม่เหมือนกัน เช่น เป็นข้าราชการ, เป็นพริตตี้, เป็นมนุษย์เงินเดือน</p> <p>เล่าข่าวเรื่องฝุ่น pm 2.5</p> <p>เปิดด้วยภาพข่าวและสถานการณ์ pm 2.5</p> <p>พริตตี้ : นี่สถานการณ์ล่าสุดของฝุ่น pm 2.5 แย่มากเลย หลายคนบอกเลยนะว่าจะป่วยเอาให้ได้ ออกมาข้างนอกแต่ละที ปวดหัว แสบหูแสบตาไปหมด ไม่ใช่แค่นั้นนะคะ ที่สำคัญเลยเนี่ย ไหนเวลาไปทำงานก็ลำบากอีก ฝุ่นทำให้ผิวเสีย แต่งหน้าก็ยากอีก</p> <p>พนักงานบริษัท: ผมก็เดือดร้อนนะ นี่เวลาพาลูก</p>	

ออกไปข้างนอก ต้องใส่หน้ากากให้เลย อันตรายมาก
ผมลองเช็คตัวเลขคุณภาพอากาศตัวเลขมลพิษพุ่งขึ้น
ไปสองสามร้อย โอโห อ่านข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมา
เค้าบอกว่าอันตรายมากเลยนะ อย่างในอังกฤษนี่เคย
มีคนตายเป็นหมื่นเลย

ข้าราชการ: ผมก็ลำบากเหมือนกันนะ แต่ภาครัฐรู้
แล้วแหละว่า ประชาชนเดือดร้อน แล้วก็อยากให้
ประชาชนอดทนอีกหน่อย ตอนนี้โครงการรถไฟฟ้า
ต่างๆ มีมาก อีกสักหน่อยก็เสร็จแล้ว ตอนนี้ก็อยาก
ให้ช่วยกันงดเผาในที่โล่งแจ้ง งดใช้รถยนต์ควันดำกัน
ไปก่อน นี่ก็สั่งให้มีการฉีดน้ำ รถฝุ่นกันเต็มที่เลย
(ข้าราชการเล่าด้วย)

พริตตี้ : แต่มันไม่มีทางที่ดีกว่านี้แล้วเหรอ นี่มาขอให้
งดเผาในที่โล่งแจ้ง ชั้นก็ว่าชั้นไม่ได้เผาอะไรนะ ทั้งปี
มีแค่เผากระดาษเงินกระดาษทองไปให้อากง อาม่า
ตอนตรุษจีน รถควันดำนี่ก็ผิดกฎหมาย ไม่ควรใช้ อยู่
แล้วไหม ทำไมถึงกลายเป็นมาตรการแก้ปัญหาฝุ่นไป
ได้ งงค่ะ

ชั้นว่านะ พวกโครงการต่างๆ นี่ชะลอการสร้างไปดี
ไหม พวกผู้รับเหมาที่ต้องไปหามาตรการมารองรับ
ด้วยว่า จะทำยังไงให้ฝุ่นน้อยกว่านี้

พนักงานเอกชน: โห ไม่ได้นะ การชะลอโครงการ
หรือการเพิ่มมาตรการนู่นนี่ให้ภาคเอกชน เป็นการ
เพิ่มต้นทุนทางธุรกิจนะ ทำแบบนั้นเดี๋ยวนักลงทุน
เสียความเชื่อมั่นกันไปหมด ต้องหามาตรการอย่าง
อื่นที่กระทบการลงทุนน้อยกว่านี้ ไม่เอา ไม่เอา

ข้าราชการ: เอาหละๆ

อย่าทะเลาะกันเลย ผมคิดว่า พวกเราตั้งคำถามผิด

<p>นะ เราไม่ควรถามว่า รัฐจะทำอะไรได้บ้าง แต่ต้อง คำถามว่า เราจะทำอะไรให้เป็นประโยชน์ได้บ้าง ที่สำคัญ ทุกคนอย่ากังวลไปเลย ปัญหาต่างๆ ใน อนาคตเราได้วางแผนแก้ปัญหาอย่างบูรณา การไว้แล้ว เป็นการทำงานแบบทุกภาคส่วนให้ความ ร่วมมือ</p> <p>พริตตี้/ พนักงานบริษัท: ทำหน้า้งๆ เอื้อมๆ</p> <p>เฟดภาพ ให้เห็นพิธีกรอยู่ด้านหน้าเป็นระยะๆ คอย คอมเมนต์ สามารถตัดสลับที่ละย่อหน้าได้นะครับ (ไม่ต้องให้พูดยาว) เห็นไหมครับคุณผู้ชม เกียงกัน ใหญ่เลยว่าชาวนี้นี้ต้องเป็นแบบนี้แบบนี้แน่ๆ แต่ อยากให้คุณผู้ชมลองตั้งคำถามสำคัญบางอย่างนะ ครับ</p> <p>คำถามแรกก็คือ - ชาวแต่ละชาวใครเป็นคนสร้าง ขึ้นมา ย้อนไปดูหน่อยว่า ชาวนั้นๆจากใคร แล้วเขามี เบื้องหลังอะไรซ่อนอยู่กันแน่</p> <p>คำถามที่สอง - ชาวแต่ละชาวที่ทำให้เราสนใจ เขา ใช้เทคนิคอะไร เป็นเพราะนักข่าวหรือเล่าผู้สื่อข่าว สามารถเล่าได้สนุกอย่างมีสีสันใช่หรือเปล่า</p> <p>คำถามที่สามก็คือ - ลองดึงตัวเองออกมาจากวง แล้ว ย้อนกลับ</p> <p>ไปดูว่าคนอื่น ๆ เขาคิดยังไงกับข่าว ชาวนั้น เช่น เพื่อนที่เป็นข้าราชการคิดยังไง เพื่อนที่เป็นพริตตี้คิด ยังไง และในชาวนั้นมีมุมมองอะไรที่หายไป และ เพราะอะไรสื่อถึงไม่เลือกนำเสนอมุมมองที่หายไป นั้นครับ</p> <p>คำถามถัดมาก็คือ - ให้ตั้งคำถามอีกว่า ชาวนั้นๆ ให้ มุมมองและเป็นประโยชน์กับเราอย่างไร</p>	
---	--

	<p>ภัทระ คำพิทักษ์ สื่อมวลชนอาวุโส และอดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ</p> <p>โดยสัญชาตญาณแล้วมนุษย์มันต้องเปล่งเสียงไปในจักรวาล มนุษย์มันเป็นแบบนี้ เมื่อก่อนเขาไม่มีเครื่องมือ เดี่ยวนี้เขามีเครื่องมือ เมื่อมีเครื่องมือ เขาก็ต้องส่งเสียงออกไป ส่งความคิดของเขาออกไป มนุษย์มันมีความเสรีอยู่</p>
	<p>เทพชัย หย่อง : สื่อมวลชนอาวุโสและอดีตผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย</p> <p>ในสมัยก่อนช่องทาง เทคโนโลยีมันยังไม่พัฒนามากนักใช้ไหมครับ ช่องทางการเล่าเรื่องราว การสื่อสารมันก็ถูกจำกัด หนังสือนิตยสารก็วิทยุ ทีวี มีแค่นี้แหละ วิทยุอาจมีลีลาในการเล่าข่าวสารน้อย นสพ.เน้นการให้ข้อมูลแบบตรงไปตรงมา ไม่ซับซ้อนเหมือนทุกวันนี้ ทีวีก็นับเป็นอีกระดับการพัฒนาขึ้นมาที่มันมีผู้คนที่สื่อสารด้วยความเป็นตัวของตัวเองที่สูงกว่าสื่ออย่างอื่น แต่มายุคนี้มันแทบจะบอกไม่ได้ว่าวิธีการนำเสนอข่าวสารแบบไหนดีที่สุดแล้วแหละ ช่องทางการสื่อสารมันเข้าถึงบุคคลได้อย่างหลากหลายมากเลย แต่ว่าสุดท้ายแล้วก็ต้องกลับมาอยู่ที่ประเด็น คำถามเดิมแหละว่า ข่าวนี้คืออะไรกันแน่ เราเข้าใจเนื้อหาของข่าวที่เกิดขึ้นแค่ไหน เราเข้าใจผลกระทบที่เรารายงานออกไปแค่ไหนด้วย ผมว่ามันสำคัญมาก</p>
	<p>ภัทระ คำพิทักษ์ สื่อมวลชนอาวุโส และอดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ</p> <p>โดยหน้าที่ของสื่อมวลชน มันมีหน้าที่ที่ต้องรายงานข้อเท็จจริง ปราบปรามการผิดๆโดยทำให้เรา เรานี้หมายถึงประชาชนเข้าใจถึงเบื้องหน้าเบื้องหลัง การจะเข้าใจ ปราบปรามการผิดๆใดประการหนึ่ง มันต้องบอกทั้งหมด บอก</p>

	<p>ทั้งข้างหน้าบอกทั้งข้างหลัง คนมันถึงจะเข้าใจ อย่างเช่น เรื่องฝุ่น มันแค่นั้น อันตรายหรือเปล่า เด็กควรจะทำยังไง ผู้ใหญ่ควรจะทำยังไง หน้ากากที่จะใช้มันคืออะไร ถ้าเรา รายงานไม่หมด บอกไม่หมด ไม่ได้ต่อเนื่อง ไม่ได้ทำความเข้าใจ สร้างความหวาดกลัวขึ้นมาในสังคมใหม่ หรือทำให้เกิดประมาทไปไหม</p>
<p>(พิธีกร)</p> <p>ถ้าเราลองพิจารณาการเสนอข่าวด้วยหลักที่ว่ามา สุดท้ายจะนำเราไปถึงคำถามที่ว่า สื่อต่างๆ ถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออะไร ซึ่งเป็นคำถามใหญ่มากๆ</p> <p>แต่ทั้งหมดนั้น ยังเป็นการนำเสนอข่าวในสื่อที่เป็นทางการ หรือบางคนก็ เรียกว่าสื่อเก่านะครับ แต่โลกปัจจุบันยังมี ‘ข่าวสาร ข้อมูลมากมาย’ ที่ไหลเวียนรอบตัวในโลกใหม่ จาก โซเชียลมีเดียต่างๆ อีก</p> <p>ช่วงหน้าจะมาดูกันว่าข่าวสารในโลกใหม่จะซับซ้อนขนาดไหน</p>	
เบรค 2	
<p>เปิดด้วยข่าวในโซเชียล ที่เป็นดราม่าต่างๆ นำมารวมกัน</p>	
<p>พิธีกร</p> <p>ทุกวันนี้ คุณเช็คข่าวจากที่ไหนมากที่สุดครับ ผมเชื่อว่า หนีไม่พ้นข่าวจากโทรศัพท์มือถือ จาก เฟซบุ๊ก จากทวิตเตอร์ ใช่ไหมครับ</p> <p>ในปัจจุบัน ข่าวใหญ่’ ที่เราสนใจ ไม่ใช่ข่าวสารของ</p>	

<p>รัฐบาล ไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดในต่างประเทศ แต่เป็นเรื่องใกล้ตัว เรื่องราวที่เราให้ความสนใจ นั่นเอง ยกตัวอย่างเช่น</p> <p>เช่น เมื่อวานนี้เพื่อนเราไปปาร์ตี้ที่ไหนกับใคร แมวของเพื่อนตาย ดาราที่เราสนใจไปเที่ยวไหนกับใคร อาจเป็นข่าวของเราก็ได้</p> <p>จนมีคำกล่าวที่ว่า ในปัจจุบันนี้ สุนัขที่ถูกรถชนตาย แถวบ้าน แล้วมีคนอัดคลิปมาเปิดดู กลายเป็นข่าวใหญ่หรือข่าวที่สำคัญสำหรับเรา มากกว่าข่าวสงครามใหญ่ที่เกิดขึ้นในอีกซีกโลกหนึ่ง</p> <p>เพราะฉะนั้น ‘ข่าว’ ที่เกิดขึ้นในโซเชียล มีเดีย จึงค่อนข้างแตกต่างจาก ‘ข่าว’ จากในอดีต มากทีเดียว</p>	
<p>voxpath</p>	<p>คนที่ 1 เป็นเฟซบุ๊ก เป็นไลน์ ในเฟซบุ๊กจะไปดูหน้าฟีดข่าวของแต่ละคนนำเสนออะไรบ้าง แล้วแต่ละคนมีกิจวัตรประจำวันของเขาทำอะไรบ้าง</p> <p>คนที่ 2 ชอบดูข่าวที่เป็นกระแสโซเชียลฟุ่น เลือกตั้ง</p> <p>คนที่ 3 ข่าวล่าสุดที่ผมแชร์จะเป็นข่าวเด็กหาย 2 วันยังไม่เจอ ผมก็แชร์ว่า 2 วันยังไม่เจอนะ พอวันต่อมาเจอแล้ว ผมก็แชร์ต่อ เจอแล้ว</p> <p>คนที่ 4 เหมือนคนที่แชร์มาเขาก็มีความคิดเห็นอย่างหนึ่ง อีกคนแชร์มาก็มีความคิดเห็นอีกอย่างหนึ่ง เราก็ได้คิดด้วยว่า อันนี้จริงหรือเปล่า อันนี้ไม่จริง</p> <p>คนที่ 5 นสพ.ดูน่าเชื่อถือกว่า เขียนข่าวมีหลักการไม่ได้ผสมความรู้สึกตัวเองไป แต่ในโซเชียลจะใช้ความรู้สึกของตัวเองด้วย มันก็ไม่ค่อยน่าเชื่อถือเท่าไร</p> <p>คนที่ 6 ข่าวบางข่าวออกมาจริงหรือไม่จริงเราก็ไม่รู้ บางคนก็เชื่อไปเลย แล้วไปcomment ว่า หรือไป comment ความ</p>

	คิดเห็น ผลปรากฏออกมาไม่ใช่เรื่องจริง
<p>(พิธีกร)</p> <p>ในยุคปัจจุบัน ผมเชื่อว่าคนทุกคน คงรู้จักคำว่า เจ็บ ไข้ไหมครับ</p> <p>แน่นอนหลายคน อาจมีประสบการณ์การเจ็บ โดยตรงเหมือนกับผมมาแล้ว เราหายเจ็บกันเป็นปกติ</p> <p>เพราะอาการเจ็บนั้นเป็นปรากฏการณ์ธรรมดา เกิดขึ้นได้ในการเสพข่าวในยุคปัจจุบัน ที่มีเรื่องเล่ามากมายจำนวนมหาศาล ถูกผลิตออกมาอย่างรวดเร็ว และการที่ถูกผลิตออกมาเร็ว และเยอะขนาดนั้น ย่อมโอกาสที่จะผิดพลาดได้สูงเป็นธรรมดา</p> <p>หลายครั้งเราพบว่า ‘การเจ็บ’ เกิดจากการที่เราเร่งรีบรับข้อมูลข่าวสารและรีบตัดสินโดยไม่ได้ฟังความ จากข้อมูลที่รอบด้าน หรือกลั่นกรองข้อมูลให้ดีขึ้นนั่นเอง</p>	
	<p>สัมภาษณ์ วิบูลย์ ลีรัตนขจร ผู้บริหาร search entertainment</p> <p>จริงๆต้องถามว่าคำว่า ทันท่วงต้องการรู้ข้อเท็จจริงหรือรู้แค่ประเด็นข่าว ถ้าต้องการรู้ข้อเท็จจริง ต้องมีการตรวจสอบอย่างชัดเจนก่อนมาออกอากาศ ผมยกตัวอย่างในจรรยาบรรณวิชาชีพ ต้องตรวจสอบว่าบุคคลผู้นั้น ยกตัวอย่างเรื่องการเสียชีวิต เสียชีวิตแล้วจริงหรือไม่ ซึ่งต้องได้รับการแถลงจากโรงพยาบาลก่อนนะครับ ถึงสามารถนำเสนอได้ แต่ที่เราเห็นในโซเชียลบางทีก็มี ข่าวคนนี้ คนนั้น ดาราต่างประเทศบ้างเสียชีวิตแล้วก็แพร่หลายกันโดยที่ไม่ได้มีการตรวจสอบ บางทีเรารับมา เราไม่รู้ถูกหรือผิด เราส่งต่อไปให้คนอื่นแล้ว กลายเป็นผู้ส่งสารแล้ว ซึ่งในแง่ของสถานีหรือรายการโทรทัศน์ดิจิทัลทีวีทั้งหลาย ซึ่งรวมไปถึงโทรทัศน์</p>

	<p>เคเบิลทีวี หรือโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมด้วยทำไมไม่ได้ล่ะครับ นี่ คือความต่างกันระหว่างข่าวที่รู้เร็ว บางทีอาจไม่จริง แต่ว่าใน traditional media เนี่ย จะต้องเป็นข้อเท็จจริงแล้วทั้งสิ้น</p>
	<p>ดร.ชนัญสรุ อรรถพ ฒ อยุรยา รองคณบดี ฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ดิจิทัลมันค่อนข้างยากเหมือนกัน สำหรับผู้รับสารหรือใช้สื่อ ปัจจุบันที่จะแยกได้ว่าอันนี้ใครเป็นคนเขียน และมีใครอยู่ เบื้องหลังหรือเปล่า ต้องยึดหลักไว้ว่า 1 เนื้อหาทุกอย่างที่เราดู เราดูไม่ว่าจะมาจากช่องทางไหน มันได้ถูกสร้างขึ้น มันไม่ใช่ ความจริงแท้ ที่สำคัญการสร้างชิ้นนั้นมันมีเป้าหมาย บางอย่าง อาจจะเป็นในทางบวกก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็น ในทางร้ายเสมอ หรือเป้าหมายในทางลบก็ได้ อันนี้เป็นสิ่งที่ อยากให้คนที่รับสื่อดิจิทัลได้ตระหนัก คิด 2 ประการนี้ไว้ ก็ จะทำให้เราไม่หลงเชื่ออะไรง่ายๆ มีการตั้งคำถามตลอดเวลา ว่าสิ่งที่เรารับนั้นเป็นอย่างไร</p>
<p>บรรยาย)</p> <p>เพื่อ ‘สู้’ กับข่าวในโลกใหม่ จึงเกิดการข่าวอย่าง เป็นทางการรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นหลายอย่าง เพื่อดึงดูด ความสนใจ เช่น การนำเอาเทคนิคการถ่ายทำต่างๆ มาใช้ ที่เราค้นเคยกันดีก็เช่นการพยากรณ์อากาศ โดยใช้ฉากแบบบลูสกรีนหรือกรีนสกรีน นอกจากนี้ ยังมีการทำข่าวแนวEmo-Journalism หรือทำข่าวโดยเน้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมข่าวไป เลย เช่น การซูมภาพเข้าไปใกล้ๆ ใบหน้าของ ผู้ประสบภัยต่างๆ เพื่อให้เห็นน้ำตาที่ไหลออกมา หรือนักข่าวลุยน้ำท่วมตระเวนเข้าไปตามทีต่างๆ เพื่อถ่ายทอดความยากลำบากออกมาแบบซบแน่น อารมณ์สะเทือนใจมากกว่าข้อเท็จจริง บางทีการทำข่าวก็ไปไกลถึงขั้นที่เรียกว่า Cinematic</p>	

<p>Journalism คือใช้แสง ภาพ และเพลงประกอบด้วย ยิ่งปัจจุบันมีเทคโนโลยีอย่างโดรน ก็ช่วยให้ภาพที่ ออกมายิ่งใหญ่อลังการราวหนังฮอลลีวู้ดได้ จึงเร้า อารมณ์มากขึ้นไปอีก</p>	
	<p>สัมภาษณ์ วิบูลย์ ลีรัตนขจร ผู้บริหาร search entertainment ถ้าเป็นผู้ผลิตที่อยู่ในจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ ผู้ผลิตที่อยู่ใน สมาพันธ์ สมาคมวิชาชีพต่างๆ ผู้ผลิตต่างๆ หรือ ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ภายใต้พ.ร.บ.กิจการวิทยุ โทรทัศน์ หรือภายใต้กฎเกณฑ์ของกสทช.เหล่านี้มีกฎเกณฑ์ ควบคุมอยู่แล้ว ต่างๆเหล่านี้ก็ต้องพัฒนาสื่อมาให้เทียบทัน กับต่างประเทศได้ สามารถรักษาไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมของชาติได้ และอยู่ได้ด้วย ขณะเดียวกันก็ ต้องพัฒนาให้ทันเทคโนโลยีที่ก้าวขึ้นไป ทำอย่างไรจะให้ทัน เทคโนโลยี สามารถที่จะอยู่ได้ในธุรกรรมและเข้าใจ พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เช่นเดียวกัน พร้อมๆกับรักษาไว้ซึ่ง ความเป็นสื่อของคนไทย</p>
<p>พิธีกร</p> <p>ความท้าทายในการทำข่าวในโลกยุคปัจจุบันที่ กลายเป็นปัญหาระดับโลกคือ Fake News หรือข่าวปลอม</p> <p>สถาบันอินเทอร์เน็ตศึกษาแห่งมหาวิทยาลัย Oxford ค้นพบว่า ในปัจจุบันโซเชียลมีเดียซึ่งเป็นช่องทาง รับรู้ข้อมูลข่าวสารหลักของคนในยุคปัจจุบัน ถูกใช้ เป็นเครื่องมือล้าวนถูกใช้เป็นเครื่องมือในการ แพร่กระจายเนื้อหาทางการเมืองที่มีคุณภาพต่ำ ข้อมูลเป็นเท็จ หรือข้อมูลที่ตั้งใจบอกออกมาไม่หมด เพื่อหวังผลทางการเมืองบางอย่าง</p> <p>ที่น่ากังวลใจอย่างยิ่งคือ เนื้อหาคุณภาพต่ำเหล่านี้มัก</p>	

<p>แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว รุนแรง และส่งผลเป็นวงกว้างราวกับเป็นโรคระบาด โดยมีโซเชียลมีเดียเป็นพาหะนั้นเองครับ</p>	
<p>(บรรยาย)</p> <p>อันที่จริง ไม่ใช่เฉพาะเรื่องการเมืองเท่านั้น ในแวดวงการตลาดก็เป็นที่รู้กันมานานแล้วว่า ชาวปลอมเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพอย่างมากในการขายของ</p> <p>ตัวอย่างใกล้ตัวที่หลายคนอาจคุ้นเคย เช่น การขายเครื่องสำอาง หรือผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่มีเจตนาให้ข้อมูลเหมือนจะจริง แต่แท้จริงแล้วกลับเป็นข้อมูลลวง</p> <p>หลายกรณีชาวลงเล่นบ้านปลายกลายเป็นโศกนาฏกรรมที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตอย่างที่ไม่ควรจะเป็น</p>	
<p>(พิธีกร)</p> <p>จะเห็นได้ว่า ชาวสารในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมากทีเดียว เมื่อตัวชาวเปลี่ยน วิธีการการรับข่าวก็ต้องเปลี่ยนด้วย วิธีที่ดีที่สุด ก็คือการ ‘ตั้งสติ’ ไตร่ตรอง และพร้อมรับมือกับข้อมูลข่าวต่างๆ ที่โหมกระหน่ำเข้ามาหาเรามากมาย ไม่เว้นแต่ละวัน ถ้าเราเสพข่าวอย่างมีสติ รู้เท่าทันข่าว เราก็จะไม่ตกเป็นเหยื่อของชาวนั่นเอง</p>	

สารคดีชุด ‘รู้ทันสื่อ คือ ทางออก’
ตอนที่ 5 คนนำสื่อ

เนื้อหาสารคดีตอนที่ 5 จะนำเสนอบทบาทของบุคคล และสังคมที่จะต้องเป็น “ผู้กำหนดสื่อ” โดยปฏิเสธสื่อที่ไม่ดี บิดเบือน แอบแฝงผลประโยชน์ ในขณะที่เดียวกันจะต้องบอกได้ว่าเราต้องการสื่อแบบใด เพื่ออะไร ที่จะก่อเกิดผลในทางบวก รวมทั้งวิธีการส่งเสริมให้เกิดความเท่าทันสื่อในกลุ่มบุคคลต่างๆ

ความคาดหวังจากสารคดีตอนนี้คือ การที่ผู้เสพสื่อได้ตระหนักถึงบทบาทของตนในการที่จะป้องกันไม่ให้สื่อที่ไม่ดีสามารถทำร้ายสังคมได้ และมีบทบาทที่จะช่วยส่งเสริมให้มีพลังในการสร้างสรรค์สื่อต่อไป รวมทั้งวิธีการที่จะบ่มเพาะให้กับบุคคลในวัย ฐานะ และสถานที่แตกต่างกัน ว่ามีวิธีการอย่างไร

เบรค 1		
	บท	เสียง
1	(ดนตรี)	เปิดด้วยคลิปของโดนัลด์ ทรัมป์ ที่ไปปราศรัยตามที่ต่างๆ
2	(พิธีกร)	
	ไม่มีใครไม่รู้จัก โดนัลด์ ทรัมป์. ใช่ไหมครับ เพราะการเข้าสู่ตำแหน่งหรืออำนาจของประธานาธิบดีผู้นี้ นำมาซึ่งข้อถกเถียงมากมายแทบทุกมิติ ไม่เว้นแม้แต่มิติเรื่องของสื่อด้วย ตั้งแต่ก่อนและหลังที่ทรัมป์เข้าสู่ตำแหน่ง เขาไม่เคยที่จะอ่อนน้อม ประนีประนอม หรือทำให้เกียรติผู้อื่น ธรรมดาหวังคำพูด หรือเรื่องราวที่ถูกโพสต์ลงไปในโลกโซเชียลมีเดีย แต่เอ๊ะ เรื่องราวเหล่านี้มันเกี่ยวข้องกับอะไรกับสื่อด้วยครับ	
	(บรรยาย)	
	คุณเคยได้ยินชื่อ Brietbart News ไหม Brietbart เป็นสำนักข่าวของฝั่งอนุรักษ์นิยมที่ทุ่มตัวเป็นกระบอกเสียงให้ทรัมป์อย่างเป็นระบบแม้เป็นสำนักข่าว แต่ Brietbart ไม่ถึงเลที่จะนำเสนอเนื้อหาที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเหยียดเชื้อชาติ เหยียดคนจีน และเหยียดคนเพศหลากหลาย	

<p>ประธานของ Brietbart คือสตีฟ แบนนอน ซึ่งเป็นอดีตที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์ของทรัมป์</p> <p>Brietbart คือตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่านักการเมืองและสื่อสัมพันธ์กันแนบแน่น และสร้างผลกระทบขนาดใหญ่ให้โลกได้อย่างไร</p>	
	<p>เทพชัย หย่อง : สื่อมวลชนอาวุโสและอดีตผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย</p> <p>ที่สังคมควรจะได้เห็น คือสื่อที่คำนึงถึงประโยชน์ของสังคมในการทำหน้าที่ ซึ่งก็หมายถึงคนที่มาทำอาชีพสื่อเนี่ย สมัยก่อนจะเป็นแบบนี้เยอะมาด้วย ความมุ่งมั่น ไม่ใช่เป็นเพียงแค่เป็นอาชีพหนึ่งที่ทำแล้วมีรายได้ หรือว่าเท่ มีหน้ามีตาได้รู้จักคนอย่างเดียว</p> <p>ในอดีตส่วนใหญ่ที่มามีความมุ่งมั่นและมีความตั้งใจอะไรบางอย่างในเชิงบวก ในการที่จะมาปกป้องผลประโยชน์ของสังคม มาช่วยคนที่ด้อยโอกาส คนที่ถูกรังแก มันเลยทำให้การทำข่าวในอดีต มันมีเป้าหมายชัดเจน มีความท้าทายเยอะ ไม่แตกต่างจากสมัยนี้หรอก แต่คนทำทั้งตัวนักข่าวในพื้นที่เอง ตัวบรรณาธิการหรือแม้แต่คนที่เป็นเจ้าของระดับหนึ่งมองว่า นี่เป็นภารกิจอันหนึ่งในการมาทำสื่อ แต่หลังๆ ต้องยอมรับในระยะหลังๆ สื่อมันก็เป็นธุรกิจอยู่</p> <p>ในอดีต สื่อไม่น้อยคนที่ทำไม่ส่วว่าจะเป็นเจ้าของ หรือบรรณาธิการ นักข่าวภาคสนามไม่ได้คิดเรื่องเชิงธุรกิจมากขนาดทุกวันนี้ เขาอาจพยายามอยู่ให้มันเพียงพอ มีรายได้เพียงพอในการใช้จ่าย มีเงินเดือนใช้จ่ายแล้ว ทำหน้าที่ของสื่ออย่างมุ่งมั่น อาจจะเป็นเพราะในอดีตมันมีสภาพทางการเมือง สภาพทางสังคมบีบคั้นให้คนต้องแสดงออก ลูกขึ้นมาท้าทายสิ่งที่มันไม่ถูกต้อง หรืออำนาจที่มันไม่ถูกต้อง</p>

		<p>ผมว่านั่นเป็นเหตุผลที่ทำให้สื่อในอดีตมีบทบาทสูงมากทางสังคม คนให้ความเชื่อถือ ถ้าสื่อพูดอะไรคนจะเชื่อจริงเลยว่าโอกาสที่จะใช้สื่อเป็นเครื่องมือ เป็นผลประโยชน์เหมือนปัจจุบันนี้มันมีน้อยกว่าเยอะมาก ไม่ได้บอกว่าไม่มีนะ</p> <p>มันก็มีสื่อที่รับใช้การเมือง รับใช้กลุ่มผลประโยชน์ก็มีสาเหตุที่คนเชื่อสื่อเพราะสื่อทำหน้าที่ของตัวเองในระดับที่สังคมยอมรับได้</p>
(พีธีกร)	<p>ที่จริงก็ไม่ใช่แค่ Brietbart เท่านั้น ที่เจ้าของสื่อมีวาระบางอย่างอยู่ข้างหลัง</p> <p>ถ้าเราดูสื่อใหญ่ๆ ในโลก จะพบว่า มีทุนสื่อยักษ์ใหญ่หนุนหลังอยู่ทั้งสิ้น</p> <p>เช่น</p> <p>CNN เจ้าของคือ AT&T และ Warner Media</p> <p>Fox News เจ้าของคือ Fox Entertainment Group หรืออย่างออสเตรเลีย The Herald and Weekly Times มีรูเพิร์ต เมอร์ด็อก</p> <p>เจ้าพ่อสื่อยักษ์ใหญ่เป็นเจ้าของในเมื่อสื่อล้วนมีเจ้าของเป็นนายทุนทั้งหมด ก็เป็นไปได้ว่าเบื้องหลังสื่อเหล่านั้น อาจมีวาระเบื้องหลังซ่อนอยู่ยากที่คนทั่วไปอย่างเราจะรับรู้ได้ครับ</p>	
		<p>เทพชัย หย่อง : สื่อมวลชนอาวุโสและอดีตผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย</p> <p>“ผมว่าเนื่องจากสื่อมันเยอะมาก กลายเป็นธุรกิจที่แข่งขันกันอย่างสูงเนี่ย มันก็เป็นเรื่องปกติที่ฝ่ายการตลาดจะไปพบลูกค้า แล้วก็หิ้วหรือชวนบรรณาธิการข่าวไปด้วย เพื่อไปรับรู้ทิศทางในการนำเสนอข่าวใน</p>

		<p>เรื่องนั้นๆจะออกมาแนวไหน เพื่อที่จะมีโฆษณา มีสปอนเซอร์เข้ามา หรือว่าพิธีกรที่กำลังรายงานข่าวอยู่ที่สอตแทรกการโฆษณาสินค้าแบบต่างๆเข้ามาในระหว่างที่พูดออกไป โดยไม่บอกคนดูเลยว่าสิ่งที่พูดออกไปว่า ตัวเขาได้เงินในสิ่งที่พูดนะ พูดไป 2 ประโยคได้มา 2 แสนบาท ผมว่าตรงนี้เป็นสิ่งที่น่าเป็นห่วง มันทำให้ผู้ชมแยกแยะไม่ออกว่าสิ่งที่คุณพูดมา ได้มา มันเป็นข้อมูลที่ถูกตรวจสอบมาแล้วน่าเชื่อถือหรือว่าพูดแล้วคุณได้เงิน ผมว่ามันแตกต่างกันเยอะ คุณจะเป็นนักข่าว พิธีกรข่าวหรือบรรณาธิการข่าวแล้วคุณนำเสนอเรื่องไหนออกไปแล้วประชาชนได้อ่าน ได้ยินหรือได้ฟัง เขาเชื่อมาแล้วว่าเป็นข้อมูลข่าวสารที่คุณคัดเลือกมาแล้วอย่างดี คุณเป็นสื่อกระแสหลักนี่ เป็นมีอาชีพตรวจสอบมาแล้ว ไม่มีอะไรแอบแฝง ไม่มีประโยชน์อะไรที่คุณได้จากมันเลยก็จะเชื่อคุณ</p> <p>แต่ถ้าเขารู้ว่าสิ่งที่คุณพูดไปได้เงินมา คุณคิดว่าเขาจะเชื่อคุณไหม ใช่ไหม ผมว่าตรงนี้ต่างหากที่....</p> <p>คงต้องย้อนกลับมาถามในประเด็นเดิมที่ถามเมื่อสักครู่ว่าคุณในสังคมควรปฏิบัติตัวอย่างไร ในเมื่อรูปแบบของข้อมูลข่าวสาร มันเปลี่ยนแปลงไปแบบนี้</p> <p>ผมว่ามันก็ต้องรู้เท่าทันแหละ รู้เท่าทันกับสื่อให้มากขึ้น</p>
	<p>(บรรยาย)</p> <p>การทำงานสื่อ เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ต้นทุนสูง และคนที่ลงทุนต้องหวังผลตอบแทนไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง แต่ในอีกทางหนึ่ง สื่อ จะอยู่รอดก็ด้วยความน่าเชื่อถือ ผู้ชมต้องมั่นใจว่า สื่อไม่ได้เอาเอกเอาใจ หรือรับใช้ใคร ความท้าทายของสื่อก็คือ จะรักษาสมดุลนี้ได้อย่างไร คุณภาพมากขึ้นด้วย</p>	
		<p>ดร.ชนัญสรุ อรณพ ณ อยุรยา</p>

	<p>รองคณบดี ฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต</p> <p>“ในมุมมองคนที่ทำสื่อเองก็ตาม แนนอนในบริบทของการทำงาน เราหลีกเลี่ยงไม่ได้กับการเชื่อมโยงอำนาจของทุนก็คือเจ้าของสื่อ นั่นหรือว่าอำนาจทางการเมืองที่มาจากภาครัฐ อันนี้เป็นบริบทที่สื่อทั่วโลกก็เผชิญเช่นเดียวกัน แต่เราควรจะมีเป้าหมายว่าทำอะไรที่จะรักษาพื้นที่ของเสรีภาพให้ได้มากที่สุด เพื่อเราจะได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แล้วเป็นข้อเท็จจริง มีคุณค่ากับประชาชน</p> <p>สุดท้ายแล้วสิ่งที่จะมาให้ธุรกิจสื่อ โดยเฉพาะงานด้านข่าว ยั่งยืนและอยู่รอด ไม่ใช่เนื้อหาที่มันหวือหวา แต่เป็นเนื้อหาที่สร้างความไว้วางใจให้กับประชาชนได้ ประชาชนสามารถเชื่อมั่นได้ว่าถ้าเขาได้รับข้อมูลข่าวสารจากสำนักนี้ สื่อนี้หรือช่องนี้ เขาสามารถวางใจได้หรือเชื่อมั่นได้ อันนี้เป็นคุณค่าทางธุรกิจที่สำคัญมากกว่า ความหวือหวาหรือความเร็วเท่านั้น แต่ทั้งหมดทั้งมวลเราจะทำได้เมื่อเราตระหนักถึงเสรีภาพที่เรามีภายใต้ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม</p>
	<p>เทพชัย หย่อง : สื่อมวลชนอาวุโสและอดีตผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย</p> <p>“ในบรรยากาศการทำงานที่ดีที่สุด ที่สมบูรณ์ที่สุดที่มันควรจะเป็นก็คือมีเส้นแบ่งที่ชัดเจนระหว่างฝ่ายที่ทำข่าวก็คือกองบรรณาธิการกับฝ่ายบริหารในศัพท์ทางวิชาการเขาเรียกกำแพง เป็นกำแพงที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ต่างฝ่ายต่างไม่ก้าว่ายซึ่งกันและกัน</p> <p>โอเค คนทำข่าวก็ต้องเข้าใจความอยู่รอดในการธุรกิจ แต่ก็ต้องไม่ไปแสดงท่าที่เป็นปฏิปักษ์กับฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายบริหาร</p> <p>ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายการตลาดก็ต้องเข้าใจดีว่ายุคนั้นมันอยู่ได้เพราะความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร หรือ</p>

		เนื้อหาที่ออกไป จะไม่พยายามเข้ามาแทรกแซง ต้องลง ข่าวนั้นนะ ต้องเชียร์คนนั้นนะ เพราะว่ามันทำแบบนั้น เมื่อไหร่ โอกาสที่จะสูญเสียความน่าเชื่อถือจากคนใน สังคมก็มีมากขึ้น
(บรรยาย)	แน่นอน สื่อย่อมต้องมีเจ้าของ และเจ้าของก็ ต้องเป็นกลุ่มทุนที่มีกำไรเป็นเป้าหมาย คำถามก็คือ สังคมหรือคนทำสื่อ ควรต้องมี บทบาทอย่างไรในการผลิต กำกับดูแลสื่อ และรู้เท่าทันกลไกต่างๆ เบื้องหลังสื่อ เพื่อให้ ได้สื่อที่มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งหมายความว่ารวมไปถึงสังคมโดยรวมที่มี คุณภาพมากขึ้นด้วย	
เบรค 2		
	บท	เสียง
(พิธีกร)	อย่างที่เคยบอกไปนะครับว่าสื่อสารมวลชน เป็นเรื่องของผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยมีตัวสาร อยู่ตรงกลาง เราจะมาคุยกันว่า ระหว่างผู้ส่งและผู้รับ สาร ทั้งสองฝ่ายสามารถกำกับดูแลกันและกันได้ อย่างไรบ้าง	
		ภัทระ คำพิทักษ์ สื่อมวลชนอาวุโส และอดีต ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ “ผมในฐานะที่เราเป็นคนทำงานนะ เวลาผมอ่านข่าวหรือ ดูข่าว ผมจะใช้วิธี 3 อย่าง ก็คือ 1. เราดูหรือเราฟังหรือเราอ่าน คิดว่า ถ้าเราเป็นนักข่าว เราจะไปทำอะไรต่อ ในเรื่องนั้น ฟังแล้วเรื่องนี้น่าสนใจ ยังไง มีอะไรจะไปทำต่อไหม อันที่ 2 เราจะอ่าน จะฟัง จะดูในฐานะรู้อีกว่า ถ้าเรา เป็นนักวิชาการ ผมใช้คำว่านักวิชาการนะ ไขว่คว้าขั้นนี้ มันมีอะไรไม่สมบูรณ์ไหม มันมีอะไรผิดพลาดในแง่หลัก วิชาไหม

		<p>อันที่ 3 ผมจะดูในแง่ของชาวบ้าน ชาวบ้านมันมีอะไร น่าสนใจมากกว่านี้ไหม</p>
		<p>อ.ศัลยา ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ “ในภาษาละครเขาพูดกันว่า เราจะต้องไม่คุมตัวละคร เราต้องให้ตัวละครคุมเรา นั่นหมายความว่าถ้าเราคุมตัวละคร เราให้ตัวละครเขาทำอะไรต่ออะไรตามที่เรายากทำ ตามที่เราอยากเขียน แล้วบางทีมันเป็นเรื่องไม่จริงบ้าง เรื่องเกินจริงบ้าง เรื่องที่ร้ายแรงมากกว่าที่ควรจะเป็น ของตัวละครที่มีสถานภาพแบบนี้ ไม่ควรจะทำแบบนี้ อยากให้มันแรง อยากให้มันมีเสียงดังในละครอะไรก็เขียนลงไป ซึ่งอันนั้นเราคุมตัวละคร แต่ถ้าเราไม่คุมตัวละคร เราจะให้ตัวละครเป็นคนกำหนดบทบาท กำหนดซีนของเขาเองว่าคิดอย่างไร ในเมื่อเขาเป็นสถานภาพแบบนี้ อยู่ในเหตุการณ์แบบนี้ ความเป็นจริงทางสังคม กติกาทางสังคมเขาควรจะรู้สึกยังไง เขาจะทำอะไร อันนี้ตัวละครคุมเรา</p>
		<p>ภวัต พนังคศิริ ผู้กำกับภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ “ทำละครเรื่องหนึ่ง เราก็พยายามทำให้นักแสดงรู้สึก ถ่ายทอด รู้สึกถึงคนดู touch คนดูได้ คนดูรับได้ คนดูเชื่อ นั่นคืองานทุกๆไปของผู้กำกับ ทำให้คนดูเชื่อได้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้ แต่สิ่งที่ต้องระวังมากที่สุดคือขอบเขตจำกัดของสังคมว่า เราได้แค่นี้ ประมาณนี้ ทุกๆที่จริงๆในฐานะของสื่อ ของคนทำงานมันก็มีจินตนาการเยอะมากกว่านี้ไปอีก เพียงแต่ว่าแค่นั้นสำหรับสื่อบันเทิง อย่างละคร หรือหนัง มันคงไม่ทำ reality ทำออก ...เออ ...เกินไป เพราะฉะนั้นมันต้องตบเข้าความบันเทิง ด้วยแง่คิดอะไรก็ตามแต่มันก็มาจากบท แต่ในฐานะคนถ่ายทอดต่อจากคนเขียนบท มันก็ต้องคอยคุม คอยระวังในเรื่องของ อย่างที่บอกว่า เออ รับผิดชอบต่อสังคม</p>
(บรรยาย)		

<p>คุณผู้ชมจะเห็นนะครับว่า แม้จะมีมุมมองที่หลากหลาย แต่สิ่งหนึ่งที่กำกับสื่อได้อย่างมีพลังก็คือ ความเป็นมืออาชีพนั้นก็หมายความว่า สื่อสามารถกำกับสื่อด้วยตนเองได้ในเบื้องต้น</p> <p>แต่สื่อกำกับด้วยตนเองก็ยังไม่พอ พลังสำคัญที่จะมากำกับสื่อก็คือ คนและสังคมนั่นเอง</p>	
	<p>ภัทรระ คำพิทักษ์ สื่อมวลชนอาวุโส และอดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ</p> <p>“เครื่องมือของการยกระดับความรู้ ยกกระดับข่าวสารไปเป็นความรู้ มันไม่มีอะไรมากไปกว่า เราไม่สามารถหวังให้คนอื่นมาคัดกรองให้เราได้ มันอาจจะมีหน้าที่คนคัดกรอง มีคนออกมาประกาศว่าอันนี้สื่อไม่ควรสื่อเรื่องนี้นั้น อันนี้รุนแรงไปเรื่องโน้นเรื่องนี้ หรือว่าประชาชนด้วยกัน ผมว่าอันนี้เป็นแนวโน้มที่ดีนะ สิ่งที่จะมันจะเกิดคือประชาชนด้วยกันเนี่ยแหละ สังคมเนี่ยแหละ เขาจะร่วมตรวจสอบถึง ตรวจสอบประชาชนด้วยกันเองด้วย ใครที่เขียนอะไรแล้วมันรู้สึก bully คนใหม่ ไปเหยียดหยามคน ไปไอ้โน้นไอ้นี่ อะไรพวกนี้ มันจะเกิดการตรวจสอบกัน ในด้านหนึ่งเนอะ</p> <p>มันจะเกิดการท่วมท้น แต่การมีส่วนร่วมของคนก็จะเกิดขึ้น สูงด้วย มีการตรวจสอบ มีอะไรกัน แต่เราหวังให้มีการตรวจสอบกันอย่างเดียวไม่ได้ ตัวเราเองต้องสร้างภูมิคุ้มกันมาด้วยตัวเอง ด้วยการยกระดับข่าวสารขึ้นมาเป็นความรู้ อันนี้เราต้องทำได้ด้วยตัวของเราเอง วิธีการทำที่ง่ายที่สุดที่ผมบอกก็คือดูแล้วดูอีก</p>
<p>(บรรยาย)</p> <p>ไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนไปอย่างไร เทคโนโลยีจะเปลี่ยนรูปแบบสื่อแค่ไหน หรือว่าเราต้องดูอะไร เราจะกำกับสื่อ หรือนำสื่อได้ คงต้องกลับไปที่หลักพื้นฐานของการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมี</p>	

<p>อยู่ 5 ข้อ ง่ายๆ</p> <p>ข้อ 1 .ต้องรู้เนื้อหาในสื่อไม่ใช่ความจริงแท้ แต่ถูกสร้างขึ้น ข้อแรกนี้สำคัญมากเลยนะครับ เพราะถ้ารู้เรื่องนี้เราก็คงจะระวังกันมากขึ้น</p> <p>ข้อ 2 สื่อทุกสื่อมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เสมอ ซึ่งเป้าหมายก็สัมพันธ์สอดคล้องกับการที่มันถูกสร้างขึ้นมานั่นเอง</p>	
	<p>ดร.ชนัญสุรา อรณพ ญ อยุธา รองคณบดี ฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต “แนวคิดในการรู้เท่าทันสื่อ 5 ประการ ที่ทุกๆท่านน่าจะเก็บไว้ในใจและนำมาใช้ประโยชน์ ประกอบด้วย</p> <p>1.ข้อมูลเนื้อหาในสื่อ ล้วนถูกสร้างขึ้นและเชื่อมโยงกับข้อที่ 2 เนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ประการใด ประการหนึ่งไม่ว่าจะเป็นทางการค้าหรืออำนาจก็ตาม ซึ่งแนวคิดหลักของ 2 ประการนี้มันจะนำไปสู่คำถามที่เราตั้งคำถามในใจได้ว่า เอ๊ะ เมื่อเรารับสื่อนี้แล้ว เมื่อเรารับสื่อนี้แล้ว ใครที่เป็นคนสร้างเนื้อหาขึ้นมานี้ แล้วใครเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์แท้จริงจากการนำเสนอของสื่อนี้</p>
<p>(บรรยาย)</p> <p>มาคุยกันเรื่องรู้เท่าทันสื่อข้อต่อไปกันเลยนะครับ</p> <p>ข้อ 3. สื่อมีค่านิยม มุมมอง แฝงอยู่เสมอ พุดง่ายๆสื่อไม่ได้มีความเป็นกลางนั่นเองครับ เพราะฉะนั้นเราต้องเสพสื่ออย่างรอบด้าน</p>	

<p>ข้อ 4 สื่อมีการนำเสนอที่หลากหลายรูปแบบ การรู้เท่าทันสื่อในข้อนี้ ทำให้เราระมัดระวัง วิธี อันแยบยลในการนำเสนอมากขึ้น</p>	
	<p>ดร.ชนัญสุรา อรณพ ณ อยุรยา รองคณบดี ฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต “ประการที่ 3 เป็นรูปแบบในการนำเสนอ แล้วก็เนื้อหา เราต้องตระหนักหรือคิดไว้เสมอว่า สื่อมีเนื้อหาที่สะท้อน ค่านิยม หรือมุมมองทางความคิดอย่างใดอย่างหนึ่ง เขา ต้องการจะสื่อสารอะไรออกมาว่า วิถีชีวิตที่น่าจะเป็น แบบนี้ ค่านิยมที่น่าจะเป็น เป็นแบบนี้ แล้วตัวค่านิยม หรือวิถีชีวิต หลักคุณค่าอะไรต่างๆ ที่ต้องการนำเสนอ ก็ จะนำเสนอผ่าน รูปแบบและกลวิธีที่ใช้ทั้งสื่อดั้งเดิม ใช้ ทั้งสื่อดิจิทัลเข้ามาอย่างที่เราได้คุยกันไป</p> <p>ตรงนี้ก็หลักที่ 4 เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อถูกสร้างขึ้น โดยมีรูปแบบ แบบแผนการสร้างสรรค์ที่เป็นของตัวเอง ดังนั้นคำถามที่เราควรตั้งคำถาม กับตัวเองในฐานะเป็น ผู้รับสื่อ หรือในฐานะผู้ใช้สื่อ คือว่า สื่อนั้นนำเสนอวิถี ชีวิต ค่านิยม มุมมอง อะไรบ้าง เราได้ค่านิยม มุมมอง ในทางสร้างสรรค์ใหม่ หรือในทางที่ไม่สร้างสรรค์</p> <p>หรือเป็นคำถามที่ว่าสื่ออื่นๆ ใช้เทคนิคดึงดูดใจ เรา หรือไม่ อย่างไร ถ้าเรารู้เท่าทันเทคนิคต่างๆ เหล่านี้ มัน ก็สามารถทำให้เราตระหนักได้ว่า เออ สิ่งนี้เป็นสิ่งที่เรา ต้องการจริงๆ หรือเนื้อหาที่น่าจะเป็นประโยชน์กับเรา</p>
<p>(บรรยาย)</p> <p>ส่วนข้อสุดท้ายที่สำคัญไม่แพ้ข้ออื่นๆ เลย เกี่ยวข้องกับเราที่เป็นผู้รับสารนั่นเองครับ ใน การรับสื่อแม้จะเป็นสื่อเดียวกัน แต่ก็มี ความ เป็นไปได้ที่ผู้รับสารอาจไม่ได้รับสารเดียว เพราะสุดท้ายแล้วเราทุกคนล้วนมีความ แตกต่างหลากหลายนั่นเองครับ</p>	

		<p>ดร.ชัญญุสรา อรณพ ณ อยุรยา รองคณบดี ฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต “และประการสุดท้ายเกี่ยวกับแนวคิดหลักรู้เท่าทันสื่อ นั่นก็คือผู้รับสาร นั่นคือผู้คนที่เปิดรับเนื้อหาเดียวกัน กับ เรา จะมีความคิด มีประสบการณ์ที่ต่างออกไปจากเรา เราอย่าไปคิดว่า เราดูอันนี้แล้ว คนอื่นจะต้องคิดเหมือน เราแน่ๆ ถ้าเราคิดต่างออกไป ไม่ถูกต้อง ไม่ใช่ซะคะ</p> <p>ดังนั้นการรู้เท่าทันในหลักคิดนี้ มันจะทำให้เรา ตั้งคำถาม ว่า เอ๊ะ เราตีความเนื้อหาแบบนี้ แต่คนอื่นๆที่ต่างออกไป จากเรา เขาจะตีความเนื้อหาสาระต่างจากเราไปมากน้อย แค่ไหน อย่างไร มันจะทำให้เราเปิดใจยอมรับความ แตกต่าง ทำให้ระมัดระวังในการสื่อสารด้วยว่า ถ้าเรา สื่อสารออกไปแบบนี้ คนอื่นๆจะคิดไม่เหมือนเราหรือ เปล่าอย่างไร เช่น</p> <p>เวลาที่เรายากจะโพสอะไรขึ้นมา เราเรียกกลุ่มคน เช่น กลุ่มคนเพศทางเลือกว่ากระเทย อาจจะไม่ถูกใจเขาก็ได้ เขาอาจจะอยากให้อีกเรียกว่า เป็นบุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศ เป็นต้น ถ้าเราตระหนักถึงความ หลากหลาย ที่มีอยู่ในสังคมทั้งเรื่องความคิด ความสนใจก็ จะทำให้เรา เป็นผู้สื่อสารในทางสร้างสรรค์ได้มากขึ้น</p>
(พิธีกร)	<p>คาถาสำคัญที่ทำให้เรารู้เท่าทันสื่อ ก็คือคนดู เองต้องรู้จักทำตัวเป็น ‘คนทำสื่อ’ นะครับ</p> <p>พูดในความหมายด้านหนึ่ง ก็คือ ต้องรู้จักตั้ง คำถามกับสื่อ แล้วพบว่า มีอะไรไม่ชอบมาพา ก ก็ต้องพร้อมที่จะส่งเสียงออกไป ซึ่งใน ปัจจุบันนี้ ก็มีช่องทางให้เราส่งเสียงออกไปไม่ น้อยเลยที่เดียวครับ</p>	

<p>ส่วนในอีกด้านหนึ่ง ที่ใครก็บอกว่า ใครก็สามารถเป็นสื่อได้ มันก็หมายความว่าแบบนั้นจริงๆ นะครับ ซึ่งเรื่องนี้ก็จะทำให้ภูมิทัศน์ของสื่อเปลี่ยนแปลงไป แต่จะเปลี่ยนไปอย่างไร ช่วงหน้าเราจะกลับมาติดตามพร้อมๆ กันครับ</p>	
เบรค 3	
บท	เสียง
<p>เปิดด้วยภาพเพจต่างๆ FB Instagram ทั้งของดารา คนทั่วไป หรือเพจที่มีผลต่อการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม เช่น อีจัน จ่าพิชิต</p>	
<p>(พิธีกร)</p> <p>ทุกวันนี้ เทคโนโลยีทำให้เรา ‘เป็นสื่อ’ ขึ้นมาได้ด้วยตัวเอง จึงเกิดคำว่า ‘สื่อพลเมือง’</p> <p>‘สื่อพลเมือง’ หมายถึงสื่อที่ไม่ใช่สื่อหลักแต่ทำหน้าที่บันทึก รวบรวม รายงาน วิเคราะห์ ข้อมูลข่าวสาร นำเสนอผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งที่เป็นประเด็นข่าว และเรื่องราวที่ไม่ใช่ข่าว แต่วันหนึ่งอาจกลายเป็นประเด็นข่าวดังขึ้นมา ก็ได้ครับ</p>	
<p>voxpath</p>	<p>Voxpop คำถาม</p> <p>ใช้โซเชียลมีเดียทำอะไรบ้าง</p> <p>คนที่ 1 เฟซบุ๊ก ไลน์ อินตราแกรม</p> <p>คนที่ 2 facebook instagram twitter</p> <p>คนที่ 3 facebook line IG</p> <p>คนที่ 4 facebook instagram</p> <p>คนที่ 5 facebook instagram twitter</p> <p>คำถาม ส่วนใหญ่แชร์เรื่องอะไร</p>

		<p>คนที่ 1 ชายของ คุณ้าวสารบ้านเมือง</p> <p>คนที่ 2 ผมขายของไหม แห้งเรื่องการขายของมากกว่า</p> <p>คนที่ 3 ไปเที่ยวบ้าง ของกินบ้าง แต่ส่วนใหญ่เรื่องต้นไม้</p> <p>คนที่ 4 น่าจะเป็นข่าว</p> <p>คนที่ 5 ส่วนมากเกี่ยวกับการช่วยเหลือมากกว่า</p> <p>คำถาม เชื้อสื่อในโซเซียลมากแค่ไหน</p> <p>คนที่ 1 70%</p> <p>คนที่ 2 ส่วนมากก็เชื่อนะ เขาก็เจ๋งอะ</p> <p>คนที่ 3 80 / 20</p> <p>คนที่ 4 เขาหลงๆอ่านบ้าง ถ้ามว่าเชื่อไหม ก็อาจจะเชื่อบ้างเล็กๆน้อยๆ แต่ไม่ได้สนใจอะไร</p> <p>คนที่ 5 ความน่าเชื่อถือหรือ มันก็ระดับหนึ่ง แต่ก็ต้องดูด้วยตัวเองด้วย</p> <p>คำถาม ข้อดี-ข้อเสียของสื่อพลเมือง</p> <p>คนที่ 1 ข้อดีคือรู้ข่าวเร็ว พวกนี้เขาจะมาเร็วมาก</p> <p>ข้อเสียถ้าคนไม่ได้กลั่นกรองอาจจะตีความผิดพลาดอะไรไป</p> <p>คนที่ 2 มันเข้าถึงง่าย แต่ข้อเสียก็คือ ทุกคนก็ลงได้หมด</p> <p>คนที่ 3 บางทีมันเข้าถึงกว่าข่าวที่เราดูในทีวี</p> <p>คนที่ 4 เจาะลึกตรงประเด็นมากกว่า ความน่าเชื่อ</p> <p>น่าจะน้อยกว่านิดหน่อย</p>
(บรรยาย)	<p>นับตั้งแต่เกิดขึ้นมาในโลก สื่อเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังเสมอ แต่ก็ไม่เคยมียุคไหนที่คนมีศักยภาพ ที่จะใช้สื่อได้เหมือนทุกวันนี้</p> <p>ในโลกใหม่คนธรรมดาอย่างพวกเรานี้แหละครับ ที่สามารถใช้พลังของสื่อในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับสังคม แต่จะทำอย่างนั้นได้นอกจากเท่าทันสื่อแล้ว เราจำเป็นต้องมีทักษะเพิ่มเติม</p>	

	<p>ดร.ชนัญสุรา อรณพ ฌ อยุรยา รองคณบดี ฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต</p> <p>“ทักษะที่ต้องมีเลย 1. คือการเข้าถึง 2.คือการวิเคราะห์ 3.คือการประเมินค่า ซึ่ง 3 ทักษะนี้ถ้าเราเป็นผู้ใช้สื่อในปัจจุบัน ไม่ว่าจะป็นสื่อดั้งเดิมหรือสื่อดิจิทัลเนี่ย ถือว่า เป็นผู้รู้เท่าทันสื่อในระดับหนึ่ง แต่ว่า ถ้าตอนนี้ โอกาส ในการใช้สื่อดิจิทัลมาถึงแล้ว คนธรรมดาสามารถที่จะมี พลังในการสร้างสรรค์คิดเนื้อหา อยากจะเล่าอะไรที่ ตัวเองสนใจ คิดว่ามีประโยชน์ต่อสาธารณะชน ให้กับคน ได้รู้เนี่ย ก็อาจต้องเพิ่มทักษะอีก 2 อย่าง คือทักษะใน การสร้างสรรค์ +การมีส่วนร่วมเพื่อการเปลี่ยนแปลง ถ้า มีทักษะใน 2 ประการนี้ มันจะทำให้เราเปลี่ยนจากผู้ ใช้ สื่อธรรมดากลายเป็นพลเมืองในสื่อดิจิทัลได้ซึ่งสามารถ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้</p> <p>ตัวอย่างหลายตัวอย่างรอบโลกเราก็เห็น ไม่ว่าจะป็น การเปลี่ยนแปลงทางการบริหาร การปกครองต่างๆ ที่ คนในอินเทอร์เน็ตเนี่ยแหละคะ เป็นผู้เรียกร้อง หรือว่า ประเด็นทางสังคมอื่นๆที่เราเห็นว่าอันนี้ต้องมีการ เปลี่ยนแปลง เราก็เข้าไปร่วมลงชื่อเพื่อที่จะแสดงให้เห็น ถึงพลัง ของการสร้างเรื่องราวดีๆในสังคม ไม่เปลี่ยนไป ตาม ไม่ได้ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐเท่านั้น แต่ว่าเรา สามารถใช้สื่อดิจิทัลที่จะกำหนดวาระที่สำคัญต่อ สาธารณะด้วยตัวเอง</p> <p>หรือกระทั่งการสร้างประเด็นทางสังคมที่สร้างสรรค์ต่างๆ ที่เราคิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์ อาจเป็นเรื่องของการ เตรียมผู้สูงอายุ เข้าสู่ในยุคดิจิทัลหรือว่าการระมัดระวังการ กลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ที่เราเห็นว่าเป็นประเด็นสำคัญ</p> <p>เราหมดยุคที่จะแค่กันด่าเท่านั้น เราสามารถใช้พลังแห่ง ดิจิทัลสร้างสิ่งที่เราคิดว่ามีประโยชน์ สร้างประเด็นทาง สังคมที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้</p>
--	---



		<p>ถามว่าจะทำแบบนี้ได้ก็ต่อเมื่อเรา มีทักษะ ไม่ใช่แค่ทักษะ การใช้สื่อเท่านั้น แต่เรา ต้องมีทักษะในการสร้างสรรค์ ทำอย่างไรที่เราจะรู้ว่าจะสื่อสารเป้าหมายของเราเป็นแบบนี้ เราจะสื่อสารไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างไร มีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ที่สำคัญคือเราจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างไร</p>
(พิธีกร)	<p>ทุกวันนี้ เราอยู่ในยุคที่เทคโนโลยีเอื้อให้เราสามารถเลือกได้ว่า เราต้องการจะสื่อสารเรื่องไหน ให้กับกลุ่มผู้รับสารของเราด้วยตัวเราเอง ดังนั้น ‘สื่อพลเมือง’ จึงเกิดขึ้นมากมาย เต็มไปหมด</p> <p>โดยอุดมคติแล้ว ‘สื่อพลเมือง’ ควรจะทำหน้าที่ตรวจสอบทั้งรัฐ และกลุ่มทุน รวมถึงพร้อมที่จะตรวจสอบกันและกันเองด้วย โดยมีรัฐเข้าไปยุ่งเกี่ยวน้อยที่สุด</p> <p>ดังนั้น หากพวกเราคาดหวังอยากให้สื่อพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มต้นเข้มแข็งที่ตัวเราเองเสียก่อน ต้องรู้จักทำตัวเป็น Active Citizen ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ต้องกล้าที่จะตั้งคำถามและพร้อมที่จะร่วมตรวจสอบเรื่องราวที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ของเรา มาช่วยกันสร้างสรรค์สื่อไทย และสังคมไทยให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นไป</p>	

1.2.2 ทวี สกู๊ป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

เป็นการผลิตเนื้อหาในรูปแบบ TV Scoop นำเสนอด้วยวิธีการแบบ Comedy ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน ดังนี้

สกู๊ป กสทช.
 ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
 ตอน 1 เนียนโฆษณา
 ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
Interlude เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน	VO.โฆษก : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
ณ บ้านแห่งหนึ่ง ในห้องนั่งเล่น ภรรยา กับสามีกำลังนั่งดูซีรีส์ด้วยกันอยู่	
สามีสงสัยใน พฤติกรรมตัวละคร ภรรยาคอยแก้ต่างให้ 	สามี : พระเอกนี่ก็อะไร กินน้ำทั้งที ยังต้องยกขวดดื่ม แก้วมี ก็ไม่ใช่ ภรรยา : แหม โอปป้า กินน้ำแบบนี้แหละเท่จะตาย
ทั้งคู่ดูกันต่อไปด้วยความสนุก คราวนี้ภรรยาวิจารณ์บ้าง สามีแก้ต่างให้ ทำหน้ากะลัมกะเหลี่ย 	ภรรยา : แค่นางร้ายแต่งตัวฉูดฉาดน้ำหอมนี้ ทำไมต้องทำให้ ยืดยาวขนาดนี้ สามี : อ้าว ไม่งั้นพระเอกจะหลงเธอ อยากใช้มะน้ำหอม ยี่ห้อนี้ เดี่ยวซื้อให้
ภรรยาเริ่มหงุดหงิด สามีง่วงเหงาหาวนอนเรื่องกลายเป็นแบบนี้ 	ภรรยา : อ้อ เห็นชั้นเป็นนางร้ายหรือ สามี : (หน้าเหวอ) ???
จนท. กสทช. โผล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น	จนท. : ไม่ต้องทะเลาะกันครับ ก็แค่การแฝงสินค้าและ บริการในละคร ดูบ่อย ๆ เข้าก็จะจดจำสินค้าและบริการได้ อย่างไม่ทันจะรู้ตัว ภรรยา : แล้วอย่างพวกบล็อกเกอร์ พวกเพจดัง ๆ ทั้งหลาย


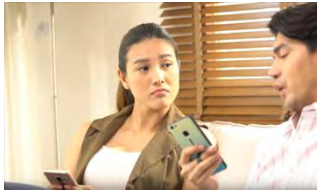
 <p>ภรรยาทำท่าคิดได้ จนท.อธิบาย สามีภรรยาทำหน้าเข้าใจพยักหน้าให้กัน</p>	<p>ที่มีคนติดตามกันเยอะ ๆ ชอบเขียนเชียร์สินค้าหรือบริการ ก็น่าจะเป็นการโฆษณาอย่างหนึ่งใช่ไหมคะ จนท. : ถูกแล้วค่ะครับ ดังนั้นทุกครั้งที่เราเสฟสื่อใด ๆ จึงควรคิดวิเคราะห์ หาข้อมูลรอบด้าน ก่อนว่าสื่อชิ้นนั้นมาทำอะไรบ้าง มีวัตถุประสงค์ใด เช่น กรณีนี้เข้าข่ายการแฝงสินค้าและบริการหรือไม่ และจะมีผลอย่างไรกับเรา เพื่อไม่ให้หลงเชื่อไปโดยเร็ว</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษก : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสฟสื่ออย่างรู้เท่าทัน</p>



สรุป กสทช.
ชุด เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
ตอน 2 โฆษณาอาหาร ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
<p>Interlude เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>	<p>VO.โฆษก : เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>
<p>สามีเดินเข้ามาที่ห้องนั่งเล่น เห็นภรรยากำลังแกะห่อพัสดุอยู่ ก็ทัก ภรรยาแกะห่อเสร็จก็โชว์กระปุกยาให้สามีดู</p> 	<p>สามี : คุณ รีบไปแกะอะเดียวเลยเวลาเยี่ยมไข้คนป่วย พัสดุเดียวค่อยกลับมาดู ภรรยา : ชั้นสั่งของเอาไว้สำหรับจะเอาไปเยี่ยมคนไข้ล่ะ นี่ไง</p>
<p>สามีรับมาดูพร้อมอ่านเอกสารแนบก็แนะนำภรรยา</p> 	<p>สามี : คุณเช็คจนมั่นใจแล้วใช่ไหม ผมว่ายาบำรุงสุขภาพพวกนี้ มันบอกสรรพคุณมากเกินไปหน่อยนะ ภรรยา : มันใจสี ก็เขาโฆษณาออกสื่อกันอยู่โครม ๆ คุณไปอยู่ไหนมา ถ้าไม่จริงจัง ใครเขาจะยอมให้โฆษณากันล่ะ</p>
<p>จนท. กสทช. โผล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น</p>	<p>จนท. : จริง ๆ แล้ว โฆษณาอาหาร ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีข้อควรระวังควรระวัง อย่างอาหารก็ไม่ควรโฆษณาว่าเป็นยา สามารถรักษาโรคร้ายไข้เจ็บได้ ยาก็ไม่ควรโฆษณาเกินสรรพคุณ ว่าใช้รักษาโรคได้ครอบจักรวาล หรือ</p>

 <p>ภรรยาจับฟังเหตุผล สามียิ้มภูมิใจว่าความคิดของตนเองถูกต้อง ภรรยาทำหน้าที่เข้าใจ</p> 	<p>เครื่องสำอางก็ต้องไม่โฆษณาสรรพคุณเกินจริง เปลี่ยนแปลง ขนาดร่างกาย หรือทำให้ผิวขาวได้ภายในพริบตาอะไรแบบนี้ ภรรยา : เข้าใจแล้วค่ะ ต่อไปนี้เวลาเห็นโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ต้องรู้เท่าทัน ศึกษาข้อมูลให้ดีกว่า ตัดสินใจซื้อ</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษก : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสปสื่ออย่างรู้เท่า ทัน</p>



สก็๊ป กสทช.
ชุด เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
ตอน 3 ข่าวลวง
ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
<p>Interlude เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>	<p>VO.โฆษก : เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>
<p>ภรรยานั่งอ่านโพสต์ที่มีคนแชร์ข่าว</p>  <p>สามีออกความเห็น</p> 	<p>ภรรยา : ช่วงนี้มีแต่ข่าวเกี่ยวกับการเมือง ใครทำอะไรนิด ๆ หน่อย ๆ ก็เป็นข่าวแล้ว ดูสิมีคนแชร์กันเพียบเลย กลายเป็น กระแสไปแล้ว</p> <p>สามี : ตอนนี้แต่ละพรรคก็มีการประกาศนโยบายของตัวเอง ซึ่งอาจจะแตกต่างกันในแต่ละพรรค จึงต้องการคนสนับสนุน นโยบายของตัวเอง คุณก็ควรตรวจสอบข่าวให้ดี ๆ ก่อนล่ะ เพราะบางทีอาจเป็นข่าวลวงที่หวังผลอะไรบางอย่างขึ้นแชร์ ไปจะกลายเป็นเครื่องมือในการกระจายข่าวลวง</p> <p>ภรรยา : ค่ะ บางทีก็เจอคนแชร์เรื่องภัยธรรมชาติบ้างละ พอเช็คกับกรมอุตุฯ ดูแล้ว ก็ไม่เห็นจะเป็นจริงเลยตกใจกัน</p>

	ไปเปล่า ๆ
<p>จนท. กสทช. โผล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น</p> 	<p>จนท. : ถูกต้องแล้วล่ะครับ เพราะปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความตื่นตระหนก และอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในสังคมได้ ด้วยการใช้ข่าวลวงเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง ถ้าเรารู้เท่าทันใช้สติคิดไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนจะเชื่อและกระจายข่าวนั้น เท่ากับเราได้มีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคมแล้วล่ะครับ</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษก : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสปสื่ออย่างรู้เท่าทัน</p>



สก็๊ป กสทช.
 ชุด เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
 ตอน 4 เเคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์
 ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
<p>Interlude เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>	<p>VO.โฆษก : เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>
<p>ภรรยา นั่งดูข้อความที่โชว์บนหน้าจอมือถือ</p>  <p>สามีรับมาดูแล้วก็อธิบาย</p> <p>ภรรยาดีใจรีบบอกสามี</p> <p>สามีเลยแนะนำ</p> 	<p>ภรรยา : งานก็พัง รักก็ล่ม จมอยู่กับหนี้ มีคดีขึ้นโรงขึ้นศาล อ่านเลยมีทางออก เอ๊ะ นี่มันโฆษณาหรือว่าข่าวอะไรกันเนี่ย</p> <p>สามี : อ้อ ผมว่าน่าจะเป็นพวกโฆษณาตุดวงนะ ถ้าเราคลิกเข้าไป ก็อาจจะให้เรากรอกข้อมูลส่วนตัว เพื่อทำนายดวงชะตาฟรีอะไรแบบนี้</p> <p>ภรรยา : ก็ดีสิคะ ดูดวงฟรี ๆ ก็ไม่ได้เสียหายอะไร</p> <p>สามี : เสียหายสิ เพราะถ้าเกิดเราเชื่อเรื่องพวกนี้มาก ๆ เขาก็อาจ ล้วงลึกเพื่อเอาข้อมูลสำคัญส่วนบุคคลของเราไปใช้ทำอะไรร้ายในทางเสียหายก็ได้</p>
<p>จนท. กสทช. โผล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น</p>	<p>จนท. : ใช่แล้วล่ะครับ โฆษณาหรือรายการประเภทนี้จะใช้</p>


 	<p>ข้อความโฆษณาที่นำปัญหาชีวิตในเรื่องต่าง ๆ มาจูงใจให้พวกเราเข้าไปปรึกษา รับ ทำให้เราเข้าใจผิดและอาจจะถูกเอาเปรียบได้ ถ้าหากเจอกับโฆษณาชวนเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง หรือการดูดวงเปลี่ยนชะตา สะเดาะเคราะห์เพื่อให้ชีวิตดีขึ้น ในลักษณะที่หลอกล่อเกินความเป็นจริงเหล่านี้ ควรใช้วิจารณญาณในการรับชมไตร่ตรองก่อนตัดสินใจนะครับ</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษณา : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสฟสื่ออย่างรู้เท่าทัน</p>




สกุ๊ป กสทช.
 ชุด เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
 ตอน 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
 ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
<p>Interlude เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>	<p>VO.โฆษณา : เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>
<p>สามีภรรยา นั่งประจันหน้ากันคุยกันถึงรายการที่เพิ่งดูจบไป</p>   	<p>ภรรยา : ดูลิคุณ เด็กคนนี้เก่งมากเลย ตอบคำถามถูกหมด ได้รางวัลใหญ่เป็นรถยนต์ด้วยแหละ แต่จริง ๆ แล้วน่าจะเป็นอย่างอื่นที่เหมาะสมกับเด็กมากกว่านะคุณว่าไหม</p> <p>สามี : ก็ค่ายรถยนต์เขาเป็นผู้สนับสนุนรายการนี้คุณ</p> <p>ภรรยา : แล้วรถยนต์มาเกี่ยวข้องกับรายการเด็กได้อย่างไร ดูไม่เข้ากันเลย</p> <p>สามี : เป้าหมายของเขาก็คือพ่อแม่ผู้ปกครองที่นั่งดูรายการพร้อมกันกับเด็กไงละ เพราะเป็นผู้มีกำลังซื้อตัวจริง</p>
<p>จนท. กสทช. โผล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น</p>	<p>จนท. : (ปรบมือให้) โอ้โฮ พี่ผู้ชายนี้รู้เท่าทันสื่อจริง ๆ ครับ</p>

	<p>เพราะในปัจจุบันมักมีการแฝงสินค้าและบริการ อยู่ในสื่อรูปแบบต่าง ๆ มากมาย การที่เราคิดวิเคราะห์ในการรับชมสื่อใด ๆ ทำให้เรารู้เบื้องหน้าเบื้องหลังของสื่อที่เราได้รับว่าสื่อ นั้น ๆ มีความเหมาะสมหรือไม่ หรือมีการกระทำผิดที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคอย่างเรา ๆ หรือเปล่า จะได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาดได้โดยง่ายครับ</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษก : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสปสื่ออย่างรู้เท่าทัน</p>



สก็๊ป กสทช.
 ชุด เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
 ตอน 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ
 ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
<p>Interlude เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>	<p>VO.โฆษก : เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>
<p>ภรรยา นั่งอ่านข่าวออนไลน์จากคอมพิวเตอร์อย่างตั้งใจ สามี ก็เลยชวนคุยด้วย</p> 	<p>สามี : อ่านอะไรอยู่นะ ภรรยา : ข่าวดาราที่กำลังดังไง ที่จู้ ๆ ก็เปิดเผยว่ามีลูกโตเรียนหนังสือได้แล้ว สามี : เอ แล้วอย่างนี้เด็กจะไม่แยءเอาหรือไง ภรรยา : แ่สิ นั้กข่าวไปรอดักหน้าโรงเรียนเต็มไปหมด ทำยังไงได้ละ ใคร ๆ ก็อยากรู้กันทั้งนั้น สื่อก็อยากขายข่าว เขาเรียกน้ำขึ้นให้รีบตัก สามี : แบบนี้ก็เรียกสื่อละเมิดสิทธิเด็กนะสิ</p>
<p>จนท. กสทช. โพล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น จนท.อธิบาย</p>	<p>จนท. : ถูกต้องครับ ยังมีอีกหลาย ๆ กรณี ที่แสดงให้เห็นถึงการละเมิดสิทธิเด็ก หรือสิทธิของบุคคล โดยสื่อ สิทธิ อย่างจำเลยที่ตกเป็นผู้ต้องหาโดยที่ยังไม่ได้ถูกตัดสินว่ากระทำความผิดจริงหรือไม่ แต่สื่อกลับนำเสนอชี้ชวนสังคม</p>



 	<p>ให้เชื่อว่าผิดจริง ทำให้ตกเป็นจำเลยทางสังคม ถูกมองในแง่ร้าย เกิดผลเสียหายต่อหน้าที่การงานและคนรอบข้างก็มีให้เห็นอยู่บ่อย ๆ</p> <p>ภรรยา : ถ้าอย่างนั้นเราคงต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ และยังต้องแจ้งผู้ผลิตสื่อ หรือร้องเรียนด้วยนะ</p> <p>สามี : ถูกแล้ว เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของคุณคนอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษก : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสฟสื่ออย่างรู้เท่าทัน</p>

สื่ूप กสทช.
 ชุด เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
 ตอน 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
 ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
<p>Interlude เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>	<p>VO.โฆษก : เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>
<p>ภรรยาพูดกับสามี</p> <p>สามีตอบ</p>  <p>ภรรยาฟังแล้วทำท่าคิดนิดนึงก่อนจะตอบ</p> 	<p>ภรรยา : เต็มมือเย็นเราโทรไปชวนพี่ชายคุณมาทานข้าวด้วยกันดีไหมคะ ไม่ได้เจอกันนานแล้ว</p> <p>สามี : เขาไม่อยู่บ้านนะ ไปเที่ยวทะเล อีก 2 วันถึงจะกลับ</p> <p>ภรรยา : เขาบอกคุณหรือคะ</p> <p>สามี : ไม่ได้บอกหรอก แต่ผมเห็นเขาโพสต์เฟซบุ๊กบอกละเอียดยิบเลยจะไปไหน ทำอะไรบ้าง เมื่อไหร่กลับ รู้กระทั่งเวลากลับจากตัวเครื่องบินที่โชว์อีก</p> <p>ภรรยา : ดินะที่เป็นคุณรู้ ถ้าเป็นมิจฉาซีฟรู้เข้าล่ะก็ เรื่องราวส่วนตัวของเราเนี่ยแหละจะเปิดช่องให้เกิดเหตุร้ายได้</p>
<p>จนท. กสทช. โผล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น</p>	<p>จนท. : ถูกต้องแล้วครับ การที่เราบอกเรื่องราวส่วนตัว หรือแม้กระทั่งการอัปโหลดรูปและวิดีโอทันทีหลังถ่าย บางคนก็แชร์โลเคชั่นว่าอยู่ตรงนั้นตรงนี้แบบเรียลไทม์ ลงในพื้นที่สาธารณะแบบนี้ เกิดมีผู้ไม่หวังดีรู้เข้า อาจใช้เป็นข้อมูลใน</p>

 <p>ความปอลองกิจในครัวเสื้อ</p> <p>สามีช่วยเสริม</p>  <p>ความปอลองกิจในครัวเสื้อ</p>	<p>การก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ได้นะครับ</p> <p>สามี : จริงด้วย ถ้าเราคิดหน้าคิดหลังก่อนโพสต์ข้อมูลส่วนตัวอะไร ก็จะช่วยลดความเสี่ยงต่อทรัพย์สินหรือชีวิตของเราได้เลยนะเนี่ย</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษก : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสฟสื่ออย่างรู้เท่าทัน</p>

สก็๊ป กสทช.
 ชุด เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
 ตอน 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
 ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
<p>Interlude เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p> <p>ภรรยา นั่งอ่านข่าวสารทั่วไปในมือถือ เจอข่าวหนึ่งก็หน้าตาตื่นรีบวิ่งมาบอกสามี</p>  <p>การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน</p> <p>สามีดูข้อความ ภรรยา ยืนยันหนักแน่น สามีก็เลยแย้ง</p>  <p>การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน</p>	<p>VO.โฆษก : เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p> <p>ภรรยา : คุณ ๆ แยะแล้ว เพื่อนบ้านเราที่อยู่ซอย 3 เป็นพวกชอบทารุณสัตว์นะรู้หรือเปล่า เนี่ยจับสุนัขจรจัดยัดใส่ท้ายรถไปไม่รู้เอาไปฆ่าแหละที่ไหน หน้าตาก็ดี ไม่น่าโหดร้ายเลย</p> <p>สามี : ไหนดูสิ มีแต่พาดหัวข่าว ข้อมูลข้างในก็ไม่ระบุแหล่งข่าว มีแต่คลิปวิดีโอ คุณก็เชื่อเขาซะแล้ว</p> <p>ภรรยา : หลักฐานชัดเจนขนาดนี้ไม่เชื่อก็โง่แล้ว</p> <p>สามี : เชื่อก็โง่แล้วต่างหาก วันนั้นที่เขาจับสุนัขจรจัดตัวนี้ไปผมก็อยู่ใกล้ ๆ ด้วย เพราะมีเด็กคนหนึ่งถูกกัดเข้า เขาก็เลยไปช่วยจับส่งไปตรวจว่ามีเชื้อพิษสุนัขบ้าหรือเปล่า</p>

<p>จนท. กสทช. โผล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น</p>  <p>ภรรยารีบทำหน้าที่ชื่นชม สามีสายหน้า</p> 	<p>จนท. : นี่แหละครับ ผลของการที่สื่อนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน จนผู้เสพสื่อเกิดความเข้าใจผิด และอาจทำให้เกิดปัญหาตามมาได้ ดังนั้นก่อนที่จะปักใจเชื่อข้อมูลข่าวสารใดๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วนครับ</p> <p>ภรรยา : ถึงว่า หน้าตาถึงได้ดีแบบนี้ เพราะจิตใจงามนี่เอง พระเอกจริง ๆ</p> <p>สามี : เฮ้อ เมื่อกี้ยังจะว่าเขาอยู่เลย</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษก : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสพสื่ออย่างรู้เท่าทัน</p>

สก็๊ป กสทช.
 ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน
 ตอน 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
 ความยาว 60 วินาที

ภาพ	เสียง
<p>Interlude เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>	<p>VO.โฆษก : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน</p>
<p>ภรรยา นั่งดูคลิปบนมือถือ แล้วชี้ชวนให้สามีมาดูด้วย สามีเห็นเข้าก็ร้องอ้อ</p>  <p>ภรรยา ทำท่าดีใจ เตรียมตัวช้อปปิ้งออนไลน์ สามี ช่วยแนะนำเพิ่มเติม</p>	<p>ภรรยา : คุณ ๆ รู้จักผู้ชายคนนี้ไหม เหมือนเห็นหน้าเขาบ่อย ๆ ตามสื่อออนไลน์</p> <p>สามี : อ้อ คนนี้เขาเป็นนักรีวิวลินค้าไง พอมีสินค้าใหม่ ๆ ออกมาในตลาด เขาจะซื้อมาทดลองและช่วยโปรโมทให้ว่าดีอย่างไรน่ะอย่างนี้ เหมือนดาราที่เขาชอบรีวิวลินค้าของสำอาง เสื้อผ้า กระเป๋า ینگละ</p> <p>ภรรยา : แสดงว่าเชื่อถือได้ใช่ไหมคะ จะได้สั่งซื้อเสียหน่อย อยากได้ของชิ้นนี้อยู่พอดีเลย</p> <p>สามี : ผมว่าลองศึกษาหาข้อมูล เปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นดู ให้ดีกว่าดีกว่า เพราะว่าบางทีเขาอาจจะได้เงินค่าจ้างให้ช่วย</p>

	<p>โปรโมท เป็นเหมือนการโฆษณาอย่างหนึ่ง เขาอาจจะไม่ได้ใช้จริงก็ได้</p>
<p>จนท. กสทช. โผล่เข้ามาในห้องนั่งเล่น</p>  <p>ภรรยาฟังแล้วพยักหน้าเข้าใจ</p> 	<p>จนท. : เข้าใจได้ถูกต้องแล้วละครับ การอ้างสรรพคุณโดยผู้ใช้งานเหมือนอย่างที่เราเห็นกันอยู่ทุกวันตามสื่อต่าง ๆ ไม่เฉพาะแค่ในสื่อออนไลน์ เป็นหน้าที่ผู้บริโภคอย่างเราที่ต้องรู้เท่าทันก่อนตัดสินใจเชื่อ ว่าสินค้าและบริการนั้น ๆ มีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด สรรพคุณเป็นจริงแค่ไหน ไม่ใช่เชื่อทุกอย่างที่เขาบอกเรานะครับ ทางที่ดีการได้ทดลองด้วยตัวเองน่าจะดีกว่าว่าสินค้าและบริการนั้นตรงกับความต้องการของเราหรือไม่ครับ</p>
<p>โลโก้ กสทช.</p> 	<p>VO.โฆษก : กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสพสื่ออย่างรู้เท่าทัน</p>

1.2.3 การให้ข้อมูล หรือ แทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 4 ตอน

ตอนที่ 1: รู้เสปสื่อโฆษณาอย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ ?

แขกรับเชิญ หมอแล็บ แพนด้า –ทพ. ภาคภูมิ เดชหัสดิน

เบรก 1 ไตเติลรายการ / ดนตรี / เสียงปรบมือ

สัญญา

สวัสดีครับ คุณผู้ชม..พบกันอีกครั้งในรายการเจาะใจ ค่ะนี่เนื้อหาในรายการเจาะใจยังคงเป็นแคมเปญ “เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน” เป็นความร่วมมือกันระหว่าง กสทช. กับ รายการเจาะใจ เพราะในปัจจุบันมีสื่อหลากหลายช่องทาง หลากหลายประเภท การที่จะดูแล ควบคุมให้ถูกต้องทุกอย่างเป็นเรื่องยากมาก วิธีการที่ดีที่สุดก็คือ การให้ผู้ที่เสปสื่อเช่น ผม ประชาชนทั่วไป ได้เข้าใจถึงวิธีการและกลไกของมันว่ามันเป็นอย่างไรรเราจะรู้เท่าทัน

วันนี้เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสื่อโฆษณาครับ...ในโลกยุคใหม่ที่ผู้คนมีกำลังจับจ่ายสนใจดูแลตัวเอง อยากดูแลสุขภาพ ดูแลผิวพรรณความงาม อยากได้ของที่ดีๆ ก็เป็นช่องทางของกลไกนี้ในการหาเงินเข้ากระเป๋า ถ้าเราไม่รู้เท่าทัน เราอาจจะโดนหลอกได้ แขกรับเชิญของเราเป็นเจ้าของเพจที่มียอดไลค์เป็นล้านในโลกโซเชียล เป็นเพจที่ให้ข้อมูลความรู้ ปนกับความสนุกสนานเฮฮาแบบเสปได้ง่าย เข้าใจได้ง่าย และเป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโลกโซเชียล

ขอต้อนรับ นักเทคนิคการแพทย์ภาคภูมิ เดชหัสดิน หรือ หมอแล็บ แพนด้า

ดนตรีประกอบ / เสียงปรบมือต้อนรับ

สัญญา

สวัสดีครับ

หมอแล็บ

สวัสดีครับพี่

สัญญา

วันนี้ไม่เป็นแพนด้ามาหรือครับ

หมอแล็บ

ไม่แพนด้าครับ..วันนี้หล่อ...หล่อไหม?

ผู้ชมในรายการ

หล่อ

สัญญา

มีเพจนี้มานานหรือยัง

หมอแล็บ

5 ปีแล้วครับ

สัญญา

เห็นบอกว่าดีจนตัวเองโดนบริษัทขายของพวกนี้ฟ้องก็มี

หมอแล็บ

ก็มีบ้างครับ

สัญญา

ตอนนี้ยังมีคดีอะไรค้างคาอยู่ไหม

หมอแล็บ

ไม่มีแล้วครับ

สัญญา ดีครับ..เอาใจช่วยในการทำงานนะครับ เป็นนักเทคนิคการแพทย์อยู่ที่ไหนครับ
 หมอแล็บ อยู่ที่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทยครับ มีหน้าที่ตรวจเลือดผู้บริจาคโลหิต ดูว่า
 มันมีคุณภาพไหม มีการติดเชื้อหรือไม่ เพื่อให้โลหิตปลอดภัยที่จะส่งต่อให้ผู้ป่วย
 สัญญา เพื่อให้ทุกคนสบายใจ...ระบบการรับเลือดของประเทศไทยที่มีสภากาชาดไทยเป็น
 ศูนย์กลางเป็นอย่างไร
 หมอแล็บ ดีเยี่ยมครับ
 สัญญา เราใช้วิธีตรวจเลือดทุกถุง หรือว่าสุ่มตรวจครับ
 หมอแล็บ เราตรวจเลือดทุกถุงครับ
 สัญญา คือผู้รับเลือดสบายใจได้ว่าเราตรวจทุกถุง
 หมอแล็บ เลือดจะผ่านมือผมวันละประมาณ 2,000 กว่าราย
 สัญญา แล้วมาอยู่ในโลกโซเชียลได้อย่างไร
 หมอแล็บ ตัวเองจบเทคนิคการแพทย์ ซึ่งวิชาชีพนี้นี้ไม่ค่อยมีใครรู้จัก
 สัญญา อ้อ..คนส่วนใหญ่จะรู้จักหมอ รู้จักพยาบาล แต่อาชีพเทคนิคการแพทย์ไม่ค่อยคุ้น
 หมอแล็บ มันทำอะไร? ก็เลยคิดว่ามันน่าจะเริ่มจากตัวเราที่น่าจะไปบอกเขาว่าอาชีพของเราทำอะไร
 สัญญา ก็เลยเปิดเพจนี้ขึ้นมา
 หมอแล็บ ตอนแรกตั้งใจว่าจะโปรโมทวิชาชีพอย่างเดียว แต่ต่อมาในโลกโซเชียลมันมีคนทีลลอลวง
 เรื่องสุขภาพกันเยอะ บวกกับตัวเองก็เป็นคนที่มีความรู้ เราก็เลยมองว่า เฮ้ย..ฉันเราทำให้
 มันมีประโยชน์สูงสุดกับประชาชนดีกว่า
 สัญญา แล้วทำไมต้องเป็นแพนด้า
 หมอแล็บ คนที่อยู่เวรส่วนใหญ่จะชอบตาดำๆหมด
 สัญญา ทำไมละ
 หมอแล็บ มันอดหลับอดนอนไงพี่
 สัญญา ก็เลยทำให้มันเป็นเอกลักษณ์ไปเลย
 หมอแล็บ ครับ
 สัญญา โอเค..ฉันให้ผมเรียกคุณว่าอย่างไรดี
 หมอแล็บ เรียกหมอแล็บ ดีกว่าครับ
 สัญญา เชิญหมอแล็บนั่งครับ
 เสียงปรบมือ.....
 สัญญา 4-5 ปีแล้วที่ได้รับความนิยม คุณก็เลยทำเพจออกมาอย่างต่อเนื่อง บอกชื่อเพจคุณผู้ชม
 ก่อน เวลาผมจะเข้าไป ผมเปิดเฟซบุ๊ก ผมต้องเสิร์ชไปที่
 หมอแล็บแพนด้า
 สัญญา ภาษาไทยเลย

หมอลักษณ์ ไช้...มันจะประมวลผล

สัณญา ผมไปซื้อยากินแล้วตัวขาวแค่ครั้งเดียว หรือ เข้าไปดู ไปกดไลค์แค่ครั้งเดียว ระบบของมัน จะหาทุกตระกูลของยากินแล้วตัวขาวนี้มาทั้งหมด

หมอลักษณ์ มันจะขึ้นมาหน้าฟีดเรา

สัณญา มันจะส่งมาให้คุณดู เพราะฉะนั้นคุณจะกลายเป็นเหยื่อที่ถูกสะกดจิตทุกวันด้วยสิ่งเหล่านี้

หมอลักษณ์ ถูกต้อง

สัณญา อันนี้ก็เป็นที่พึงระวัง เพราะฉะนั้นผมขอให้คุณภาคภูมิใจแล้วเป็นกรณีๆ ไปเลยว่าเจออะไร ที่มันไม่จริง และเรากำลังถูกเขาหลอกอะ..พูดง่ายๆ

NEXT BREAK / ดนตรี

หมอลักษณ์ เราไม่มีทางที่จะเปลี่ยนแปลงพันธุกรรมหรือกรรมพันธุ์ของเราได้

หมอลักษณ์ สมมุติผมเกิดอารมณ์บู๊ มันใหญ่ได้อย่างไร

สัณญา ไม่ต้องทำท่าก็ได้ครับ ไอ้อย่างนี้ไม่ต้องก็ได้

เบรก 2 / ดนตรีเข้ารายการ

สัณญา คุณภาคภูมิใจแล้วเป็นกรณีๆ ไปเลยว่าเจออะไรที่มันไม่จริง แล้วเรากำลังถูกเค้าหลอกอะ พูดง่ายๆ เช่น เรื่องเกี่ยวกับยาลดความอ้วน

หมอลักษณ์ ยาลดความอ้วนแน่นอนครับ การที่จะลดความอ้วนได้เนี่ยมันต้องออกกำลังกายทำให้ร่างกายมันได้เผาผลาญไขมันครับ แล้วก็ควบคุมอาหาร อันนี้เป็นสิ่งที่เรารู้กันอยู่แล้ว แต่เราชอบไปหาทางลัด เพราะพวกนี้ก็จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ง่ายๆ แค่อาสติกเกอร์มาแปะพุง ก็ลดความอ้วนแล้ว แค่อาเม็ตผักกาดแปะหู อาแม่เหล็กมาหนีบหูจะทำให้เราไม่หิว จะบอกให้เลยนะครับว่าพวกนี้ไม่ได้ผลเลยสักอย่าง ทำให้เราเสียเงินฟรี ดาราหรือผู้ที่มีชื่อเสียงนะครับ ที่เค้ามาเป็นพรีเซนเตอร์เนี่ย ไปดูในไอจี ไปดูในเฟสเค้าได้เลยครับ ออกกำลังกายทุกวัน แล้วก็มาโฆษณาสิ่งเหล่านี้ ตรงนี้เราก็ต้องพิจารณาด้วย

สัณญา แล้วพวกกินเข้าไปล่ะ

หมอลักษณ์ กินเข้าไปก็ไปกดประสาท กดสมองให้เราไม่หิว นานๆ ไปก็เป็นจิตประสาทนะครับ หรือไปทำให้หัวใจเต้นแรง ไปเพิ่มการเผาผลาญของร่างกาย นานๆ เข้าร่างกายก็พัง

สัณญา ก็แปลว่าถ้าเราพิจารณาแบบตรงไปตรงมาว่ามนุษย์เขาเข้าคือกินอะไรเข้าไป แล้วเขาออกคือ การเผาผลาญออก ไม่เท่ากันมันก็ต้องสะสม

หมอลักษณ์ ถูกต้องครับผม

สัณญา เขาออกคือการออกกำลังกายให้มันออก นักมวยถึงกินเยอะได้แล้วไม่อ้วน ถ้าเราไม่ได้ทำอะไร เราก็ต้องกินให้มันลดลง ไขมันสะสม

หมอลักษณ์ ถูกต้อง

สัตถุญา หลัการคืออย่างนี้ แต่เราไม่เอาแบบนี้ไง เราจะเอาสบาย
 หมอแล็บ เราจะเอาสบายไง
 สัตถุญา แล้วใน 5 ปี มันทำให้สถานการณ์แบบนี้ดีขึ้นไหมครับ
 หมอแล็บ ทุกวันนี้คนรอบข้างเราก้ยังไปซื้อหมากินอยู่ แสดงว่าสิ่งที่เราทำอยู่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร
 สัตถุญา นี่ไง ล่าสุด เมื่อกี้ข้างแตงหน้าที่กำลังแตงหน้าให้เค้า กินอะไรนะครับ
 หมอแล็บ กินยาระเบิดต่อ กินยาตรงนี้แล้วไประเบิดที่ลูกกะตา สลายต่ออะ
 สัตถุญา กินยาตรงนี้แล้วมันจะขึ้นไประเบิดต่อให้ ก้ยังมีคนเชื่ออะไรแปลกๆแบบนี้
 หมอแล็บ ใช่ ผมต้องการทำให้คนพวกนี้เลิกเชื่อ อันนั้นคือทำให้ผมประสบความสำเร็จละ
 สัตถุญา โอเค อีกอันหนึ่งที่คุณเคยทำมา คือ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพิ่มความสูง
 หมอแล็บ โอโห เยอะมาก มีตั้งแต่ สติกเกอร์แปะเพิ่มความสูง
 สัตถุญา อะไร แปะชาแล้วเพิ่มหรือ
 หมอแล็บ ใช่ครับ อาหารเสริมทำให้กระดูกยึดได้ หลัการง่ายๆคือ ผู้ชายหยุดสูงอายุประมาณ 18 ปี เพราะฉะนั้นถ้าเราอายุ 30 เราไปกินอาหารเสริมเพิ่มความสูงได้ไหมครับ
 สัตถุญา+ผู้ชม ไม่ได้
 หมอแล็บ เพราะอายุมันเกินแล้ว
 สัตถุญา มันหยุดการสูงมาตั้งชาติหนึ่งแล้ว
 หมอแล็บ กระดูกมันปิดแล้ว เพราะฉะนั้นใครก็ตามที่พยายามที่จะบอกเราว่าผลิตภัณฑ์ของเค้าเพิ่มความสูงได้อีก แม้ว่าอายุจะเยอะแล้วเนี่ย มั่ว
 สัตถุญา งั้นซื้อให้ลูกกิน หรือไง
 หมอแล็บ เนี่ย ตรงนี้มันพิสูจน์ยากละ เพราะลูกอายุยังไม่เกินไง ถ้ากินตรงนี้เข้าไป มันอาจจะช่วยเพิ่มหรือเปล่า
 สัตถุญา เป็นจุดขายเค้าได้แล้ว
 หมอแล็บ เป็นจุดขายเค้าได้แล้ว
 สัตถุญา แต่เพราะยาหรืออะไร เราก้ไม่รู้
 หมอแล็บ สิ่งที่ทำให้เรามีความสูงนะครับ มันก็คือกรรมพันธุ์ละส่วนหนึ่ง อาหารการกินที่ถูกหลักโภชนาการ การออกกำลังกายเป็นประจำ การพักผ่อนเพียงพอโดยเฉพาะในเด็กอะ มันก็มีโอกาสทำให้เราสูงได้มากกว่าพ่อแม่
 สัตถุญา ที่ผมได้ยินมานะ เพื่อใครกำลังมองหา เด็กต้องไม่นอนดึกนะครับ เด็กต้องมีไกลเดินฟรีเรียดของการนอน ไม่นอนดึก และได้เวลานอนที่เพียงพอ เพราะโกรตฮอร์โมนมันไม่หลังตอนที่ควรจะหลั่ง
 หมอแล็บ ใช่ครับ
 สัตถุญา ใช่ไหมครับ อันนี้คือเรื่องจริง

หมอแล็บ ถูกต้องครับ

สัญญา โอเค แต่ส่วนยาต่างๆ เค้ารู้ว่าคนอยากสูง เค้าก็เลยหามาว่าทำไมถึงจะขายได้ อีกอันยอคนนิยมเลยครับ ผลិតภัณฑ์ที่ทำให้เราผิวขาวแหวกกรรมพันธุ์

หมอแล็บ คือเอางี้เนาะ เราไม่มีทางที่จะเปลี่ยนแปลงพันธุกรรมหรือกรรมพันธุ์ของเราได้ เราผิวยังไงเราก็จะผิวอย่างนั้น ที่เค้าขายยาลอกผิวมันก็แค่ชั่วคราว ลอกข้างนอกออกอะครับ สุดท้ายร่างกายมันก็จะค่อยสร้างขึ้นมาเหมือนเดิม

สัญญา ปรับขึ้นมาเหมือนเดิม

หมอแล็บ ปรับขึ้นมาเป็นสีเดิม ไ้พวกนี้กินเข้าไปหรือเอาไปทา เป็นสารเคมีทั้งนั้น เป็นกรดกัดผิว บางคนก็อาจเป็นมะเร็งผิวหนังได้ด้วย ถ้าเกิดใช้พวกนี้ไปบ่อยๆ ไม่มีใครขาวแหวกกรรมพันธุ์ได้ บางอันโฆษณาเวอร์มากนะครับ โฆษณาว่ากินแล้วตาดำขาวได้คงโฆษณาไปแล้ว

สัญญา (หัวเราะ) มีทั้งกินและฉีดเลยไม่ใช่หรอ

หมอแล็บ มีทั้งกินและฉีดทุกอย่างครับ ฉีดกันเองอะไรก็มี เสี่ยงติดเชื้อติดอะไรอีก

สัญญา เหล่านี้แปลว่าคุณไปเปิดดูเฟซบุ๊กหรือสื่ออื่นๆก็ยังมีอยู่ ที่พูดมาก็ยังมีอยู่ครับ

หมอแล็บ ที่พูดมา ไม่ได้หาไปจากประเทศไทยครับ มีเต็มพืดเลย

สัญญา ถ้ายังมีอยู่ก็แปลว่าเค้ายังได้ตั้งอยู่

หมอแล็บ ใช่ครับ

สัญญา ถูกไหม เค้าถึงไม่หายไป

หมอแล็บ ถูกครับ

สัญญา ก็น่าสนใจนะครับ คนที่เป็นเหยื่อก็ลองพิจารณาดูแล้วกันครับ มีคนบางคนเอาเงินไปจากคุณ โดยคุณไม่ได้ประโยชน์และอาจจะบาดเจ็บได้ด้วยจากสุขภาพนะฮะ ยาเพิ่มขนาดของผู้ชาย

หมอแล็บ ผู้ชาย ก็ต้องอยากจะมีอวัยวะเพศที่ใหญ่ เพราะมีความเชื่อที่ว่า เออ ถ้าใหญ่แล้วเนี่ยผู้หญิงจะชอบ แต่จริงๆแล้วเนี่ย การที่ทำให้อวัยวะเพศแข็งตัวได้ต้องรู้หลักการก่อนนะ สมมุติว่าผมเกิดอารมณ์ปึบ เหยย มันใหญ่ได้ยัง เลือดมันเข้าไปหล่อเลี้ยงในนั้นอะ ในอวัยวะเพศเรามันจะมีฟองน้ำ นึกถึงฟองน้ำ พอมีน้ำอ้อมตัวเข้าไป มันก็เต็ม มันก็ใหญ่ขึ้น ใช่ไหมครับ ทีนี้....

สัญญา ไม่ต้องทำท่าก็ได้ฮะ ใช้อย่างนี้ไม่ต้องก็ได้ คุณเล่าเฉยๆก็ได้ โอ้โห (หัวเราะ)

ผู้ชม หัวเราะ

หมอแล็บ เดียวไม่เห็นภาพอะ

สัญญา คุณเป็นดับเพลิงหรอ โอ้โห (หัวเราะ)

หมอแล็บ (หัวเราะ) ไม่ครับ ก็คือกำลังจะบอกว่า มันใหญ่แค่นั้นก็แค่นั้น

สัญญา กรรมพันธุ์

หมอลักษณ์ เพราะฟองน้ำคุณมันเล็กแค่นั้น แต่ว่าบางคนอาจจะใหญ่ขึ้นได้บ้างถ้ามีการนวด เพราะว่าเลือดไปหล่อเลี้ยงอย่างดี มันก็ทำให้ตรงนี้น้ำมันเต็มเต็มได้มากขึ้น ทำให้อาจจะใหญ่ขึ้นได้นิดหน่อย

สัณญา+ผู้ชม (หัวเราะ) ครับ

หมอลักษณ์ บางคนก็ไปฉีดน้ำมันมะกอก ไปฉีดยา อะไรบางอย่าง

สัณญา หมอเถื่อน

หมอลักษณ์ บางที่ทำกันเองก็มีครับพี่

สัณญา ทำกันเองก็มี

หมอลักษณ์ สุดท้ายก็เน่า ประมาณ 80 90 เปอร์เซ็นอะครับ ต้องไปให้หมออะตัดทิ้ง

สัณญา ในฐานะที่คุณภาคภูมิเป็นคนดี ถ้าจะเปิดเผยความจริงของเรื่องบางเรื่องที่ยังไม่จริงอยู่ คุณก็ต้องเข้าไปส่อง ถูกมั้ย

หมอลักษณ์ ครับ

สัณญา คุณก็ต้องเข้าไปหาว่ามันมีอะไรที่คุณจะต้องเข้าไปแก้ไขข้อมูล

หมอลักษณ์ บางที่เค้าถามเราในอินบ็อกซ์ ถามมาเยอะมาก เราก็ก่อนว่าห่วย แสดงว่าเรื่องนี้คนให้ความสนใจ เราน่าจะหยิบมาเป็นประเด็นในการให้ความรู้ อันนี้ก็คือคอนเทนต์

สัณญา มีทั้งแบบที่มาหาเราเอง มีทั้งแบบคนถามเข้ามา

หมอลักษณ์ ใช่ครับๆ

สัณญา ใช่ไหมครับ สิ่งที่ผมจะถามก็คือ จากข้อมูลที่คุณมีมันเห็นเป็นภาพรวมยังงัยมัย เช่น กลุ่มที่เป้าหมายของเค้ามักจะเป็นกลุ่มนี้ เด็ก ผู้หญิง คนชรา สุภาพบุรุษหรืออะไร และก็กลไกของเค้ามักจะใช้วิธีแบบไหน ยังไง เพื่อให้เรารู้เท่าทัน

หมอลักษณ์ ทุกครั้งครับ ไม่ว่าเราจะเรียนอะไรมา

สัณญา จริงหรือ

หมอลักษณ์ ไม่ว่าเราจะจบอะไรมา ไม่เว้นแต่ระดับดอกเตอร์

สัณญา ก็เสร็จได้เหมือนกัน

หมอลักษณ์ ก็เสร็จได้เหมือนกัน ถ้าไปจ๊ะเอ๋ผลิตภัณฑ์บางอย่างที่ไม่แน่ใจก็อาจจะโดนได้เหมือนกัน ประเทศเราเนี่ย เราค่อนข้างที่จะอ้างอิงกับไสยศาสตร์ตั้งแต่เราเกิดมาจนตาย เราจะไม่ค่อยนึกถึงวิทยาศาสตร์เป็นเรื่องแรกๆ ซึ่งไม่เคยพิสูจน์ได้ แต่ก็เคื่อก็บอกว่าให้เชื่อไว้ก่อน ไม่เชื่ออย่าลบหลู่ประมาณนี้อะพี่ ทำให้กระบวนการที่เราจะสงสัยในทางวิทยาศาสตร์ หัวใจของวิทยาศาสตร์ต้องสงสัยก่อนว่าสิ่งที่เรากำลังจะเชื่อเนี่ย มีกลไกทำได้งัย พอสงสัยปั๊บ พิมพ์เข้าไปในกูเกิล หาคำตอบครับ

สัณญา ใช้สื่อนั้นแหละย้อนกลับ

หมอลักษณ์ ใช้สื่อนั้นแหละย้อนกลับ แล้วเลือกเฉพาะที่แพทย์หรือนักวิชาการมาตอบ

สัณญา หรือเป็นองค์กร หรือหน่วยงาน

หมอแล็บ อย. อะไรที่เค้าลงไว้ อย่าไปเชื่อผลิตภัณฑ์อันที่เค้าจะพยายามจะหลอกคุณอีก เพราะว่ามัน
มีเป็นร้อยๆ

สัญญา ร้อยเจ้าอะ พุดง่าย ๆ

หมอแล็บ ร้อยเจ้าอะ พุดง่าย ๆ คุณอาจไปเจอเจ้าอื่น

สัญญา กำลังหนีเจ้าเอ ไปเจอเจ้าบี

หมอแล็บ ไปดูเพลงองค์กรที่เค้าให้ความรู้ โดยเฉพาะพวกอย. พวกอะไรอย่างนี้ได้

สัญญา เออ นั่นคือวิธีเดียวที่...

หมอแล็บ แล้วคุณจะรู้เลยว่า โอ้โฮ มันหลอกเราเว้ย รู้ว่า 90 เปอร์เซ็นแบบนี้หว่า

สัญญา สมมุติไอ้พวกสรรพคุณพิเศษมากมายเนี่ย ที่ดีที่เราเห็นอะ อันนี้ก็ดี ไม่จริงซะ 90
เปอร์เซ็น?

หมอแล็บ ใช่ครับ ของจริงอะที่รักษาโรคได้ หรือทำให้ร่างกายเราดีขึ้นอะ มันคือยา ยาไม่สามารถจะ
มาโฆษณาอย่างนี้ได้เพราะมันถูกกำกับอยู่

สัญญา มันมีหน่วยงานควบคุมอยู่

หมอแล็บ ใช่ สิ่งที่คุณกำลังกินเข้าไปนั่นอะ ส่วนใหญ่จะเป็นอาหารเสริม

สัญญา ครับ คำว่าอาหารเสริม คือ

NEXT BREAK / ดนตรี

หมอแล็บ โรคปัจจุบันนะที่ทำให้คนตายมากที่สุดคือ ส่วนใหญ่จะเป็นมะเร็ง

สัญญา ออกข่าวเลย

หมอแล็บ ล่าสุด คนไปกินแมลงสาบด้วยนะครับ แล้วจะลดความอ้วนได้

สัญญา โห ลดดิ มันอ้วนแตกอย่างเดียวอะ

หมอแล็บ หัวเราะ

เบรค 3 / ดนตรีเข้ารายการ

สัญญา สรรพคุณต่างๆ ที่พิเศษมากมายที่เราเห็น หูย..อันนั้นก็ดี อันนี้ก็ดี ไม่จริงซะ 90%

หมอแล็บ ใช่ครับ ของจริงที่รักษาโรคได้ หรือทำให้ร่างกายเราดีขึ้น มันคือยา และยาไม่สามารถที่จะ
มาโฆษณาอะไรแบบนี้ได้ เพราะมันถูกกำกับอยู่

สัญญา เพราะมันมีหน่วยงานควบคุมอยู่

หมอแล็บ สิ่งที่คุณกินเข้าไปนั่นนะ ส่วนใหญ่มันคือ อาหารเสริม

สัญญา คำว่าอาหารเสริมคือ

หมอแล็บ อาหารเสริมคือ ไม่สามารถที่จะโฆษณาได้ว่ามีส่วนป้องกันหรือรักษาโรคได้

สัญญา โอเค..นั่นคือวิธี สงสัยไว้ก่อนว่ามันจริงไหม วิธีแก้สงสัยก็คือค้นคว้า ใช้สื่อย้อนกลับนี้แหละ
ค้นคว่ำกลับไปหาว่ามันมีอะไร คำตอบจริงๆมันก็เกือบทุกอันใหม่ครับ

หมอลิ้น มีเกือบทุกอัน

สัญญา อันนั้นคือแบบโฆษณา อีกแบบหนึ่งที่มีโฆษณาเหมือนกันแต่ไม่มีเจ้าของผลิตภัณฑ์ เช่น ไปกินไอศกรีม แล้วจะได้ไอศกรีม ไปกินต้นอะไรที่จู่ๆ มาจากไหนก็ไม่รู้ จู่ๆ ก็กินตามกัน

หมอลิ้น อย่าง กินมะนาวโซดาร์กษามะเร็ง อันนี้ก็มีคนเชื่อเหวอ

หมอลิ้น มีคนเชื่อครับ

สัญญา แบบนี้มันก็ไม่มีคนเป็นมะเร็งแล้ว

หมอลิ้น ก็มันสิครับถ้ากินมะนาวกับโซดาเราก็อายุยืนแล้ว เพราะโรคปัจจุบันที่ทำให้คนตายมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็นมะเร็ง ที่เรายังหาวิธีการรักษาของมันได้ไม่เต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ อาจจะรักษาได้แค่ 1 ใน 4 เพราะฉะนั้นพวกนี้มันก็รู้ว่ามันควรจะสร้างผลิตภัณฑ์อะไรขึ้นมา

สัญญา ตกลงมะนาวโซดามันมีเจ้าของผลิตภัณฑ์

หมอลิ้น บางทีมันล่อให้เราเข้าไปอ่าน พออ่านปุ๊บ ช่างได้มันอาจใส่ผลิตภัณฑ์อื่นให้เราหลงเชื่อก็มี

สัญญา อ้อ

หมอลิ้น แต่บางอันก็มาลอยๆ อย่างเช่น ใบอังกาบหนู

สัญญา ใบอังกาบหนู รักษา มะเร็ง และเบาหวานได้ ต้นไม้ชนิดหนึ่งชื่ออังกาบหนู แล้วมันมาอย่างไรครับ

หมอลิ้น มันมีการศึกษาจากต่างประเทศมา เขาเอาหนูมาให้มันกินใบอังกาบหนู ปรากฏว่ามันเป็นพิษ

สัญญา อ้าว

หมอลิ้น คือ กินเยอะๆ ทำให้หนูเมา มีผลต่อตับต่อไต ปรากฏว่าพอไปตรวจอสุจิของหนู ก็ลดลงอีก เสี่ยงเป็นหมันด้วย

สัญญา อ้าว ไม่ดีสักอย่าง

หมอลิ้น อะไรประมาณนี้ละครับ ซึ่งพอศึกษาเข้าไปจริงๆ แล้วมันพูดแต่ด้านดี เองง่ายๆ ถ้าผมบอกว่า น้ำยาซักผ้าขาวฆ่ามะเร็งได้ มันก็ฆ่าได้นะ คือ เอาเซลล์มาในห้องทดลองแล้วใส่ราดลงไป เซลล์ตายนะครับ ตายเกลี้ยงเลยนะครับ แต่ถามว่าเรากินน้ำยาซักผ้าขาวได้ไหม ไม่ได้ เพราะฉะนั้นการทดลองเหล่านี้มันต้องทดลองในห้องแล็บ ทดลองในสัตว์ แล้วก็มาทดลองในคน

สัญญา แล้วกว่าจะออกมาเป็นยา

หมอลิ้น และกว่าจะออกมาเป็นยาได้มันไม่่ง่าย เพราะฉะนั้นเนื่องจากมันยากนี้ เขาก็เลยทำเป็นอาหารเสริมไปเลย มันง่ายดี มันไม่ต้องผ่านกลไกพวกนี้แล้วก็ไปให้ แคใส่สารที่มันไม่อันตราย แล้วเอาไปให้เหย. พอ อย.รับรองเสร็จปุ๊บ ก็มาโฆษณาเกินจริง เราก็ไล่จับกันไม่ทัน

สัญญา นี่คือเทคนิคของเขา กลไกที่เขาทำ
แต่ผมว่าคนไทยเชื่อเรื่องพวกนี้ง่ายขึ้น ตอนเด็กๆ ผมยังจำได้เลย มีการลือกัน ตอนนั้นมี
โลกโซเซียลหรือยังจำไม่ได้แน่ะ เขาบอกว่ากินจึงจกดิรักษามะเร็ง คนก็...หง่า..เขาก็ทำ
กันนะ

หมอแล็บ จริงหรือครับ

สัญญา มันออกข้าวเลย

หมอแล็บ ลำสุดมีกินแมลงสาบด้วยนะครับ

สัญญา แล้วจะรักษามะเร็ง?

หมอแล็บ แล้วจะลดความอ้วนได้

สัญญา ลดสิ มันอ้วนแตกอย่างเดียวเลย (หัวเราะ)

หมอแล็บ (หัวเราะ)

สัญญา เพียงวันละ 3 ตัวหลังอาหารคุณลดความอ้วนได้แน่

หมอแล็บ เขาบอกว่าเขาสกัดสารบางอย่างจากตัวนี้ กินเข้าไปแล้วจะช่วยลดความอ้วน เมื่อที่เราเพิ่ง
พูดกันไปหยกๆ ว่า ไม่ว่าจะโฆษณาอะไรก็ตาม หรืออ้างว่าสกัดอะไรลงไปแล้วอ้างว่าลด
ความอ้วนได้ไหม...ไม่ได้ ออกกำลังอย่างเดียว ควบคุมอาหารอย่างเดียว

สัญญา อันนี้คล้ายที่เป็นข่าวที่เพิ่งผ่านมา...กินอวัยวะของสัตว์ป่าจะเพิ่มสมรรถภาพทางเพศ

หมอแล็บ กินมาก็จะใหญ่เหมือนม้า (หัวเราะ) กินหมึกก็ได้มีผลกำลัง

สัญญา อึ้งตื่นหมึ อวัยวะเพศเสีย

หมอแล็บ อ่า..มันจะยิ่งใหญ่ใจ แล้วพอไปวิเคราะห์ดูคุณค่าทางอาหารแล้วมันก็มีโปรตีน มีไขมัน มี
วิตามิน เหมือนอาหารทั่วไปที่เรากินนั่นแหละ ไม่ได้มีสรรพคุณอะไรที่พิเศษไปกว่านั้น

สัญญา มันเป็นสัตว์ป่าด้วย อาจจะมีเชื้อโรคอะไรอย่างนี้ด้วยไหม

หมอแล็บ แน่แน่นอนครับว่าอาจจะมี

สัญญา แต่เรื่องนี้ผมเสริมได้ ผมเคยคุยกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ เขาบอกว่าคุณกินอวัยวะเพศเสีย คุณรู้
ไหมว่าเสียเป็นสัตว์ตระกูลแมว มีเพศสัมพันธ์ใช้เวลาประมาณ 5 วินาที แค่นั้น

หมอแล็บ-ผู้ชม (หัวเราะ)

สัญญา คุณจะกินเพื่อเป็นอย่างนั้นหรือ (หัวเราะ) นี่ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ..การลวกซอสส้ม
ในน้ำร้อนตามร้านอาหารที่เป็นหม้อหุงข้าวไฟฟ้า

หมอแล็บ อันนี้มีมานานแล้ว

สัญญา อันนี้ผมไม่แน่ใจ ตามความคิดผมนะมันก็ต้องดีกว่าไม่ลวกอะ ก็เหมือนซอสส้มที่เขาวาง
อยู่มันอาจจะมีฝุ่นมาจับใช้ไหม การล้างน้ำเปล่ากับล้างน้ำอุ่น ก็โอเคกว่านี้ ก็ไปแวงใน
น้ำอุ่นก็ดีแล้วนี่

หมอแล็บ ก็คือว่า เชื้อโรคจะตายที่อุณหภูมิเท่าไรหรือครับ

สัญญา ต้องร้อยหรือครับ

หมอแล็บ ต้องเตีอดนะ ต้อง 60-70 ขึ้นไป และต้องใช้ระยะเวลาานพอสมควรนะ แต่หม้อหุงข้าวที่เปิดฝา เอาเทอร์โมมิเตอร์ไปวัด ไม่ถึงนะ พอไม่ถึงทำไงครับ แบทที่เรียที่อยู่หม้อ เขาก็มีการเอาไปเพาะเชื้อดูว่ามีไหม ปรากฏว่ามันมี และมันก็เพิ่มจำนวนตลอดเวลา

สัญญา ในน้ำร้อนเนี่ยนะ

หมอแล็บ มันอยู่ได้พี่ เพราะมันแค่อุ่น

สัญญา แปลว่ามันคือสวณสัตว์ของแบคทีเรีย

หมอแล็บ ทีนี้พอเขาทดลองเอาชิ้นตอนที่ยังไม่จุ่ม ไปวัดดูว่ามีแบคทีเรียเท่าไร สมมุติมี 10 ตัว พอจุ่มลงไป ในน้ำร้อนแล้วไปวัด ปรากฏว่ามี 100 ตัว ถ้ามันอยู่ของมันเฉยๆ ถูกล้างมาแห้งๆ มันมีแบคทีเรีย 10 ตัว ซึ่งเขาให้การยอมรับว่าปลอดภัย

สัญญา เออ..เราก็เอาความรู้สึกเนอะ

หมอแล็บ เราเอาความรู้สึกไปจับใจ พอเอาวิทยาศาสตร์ไปพิสูจน์มันไม่ใช่ครับ แต่ถ้าน้ำในหม้อมันเดือดๆ แล้วแช่นานๆ

สัญญา อย่างนี้คุณจะแนะนำร้านอาหารอย่างไร เพื่อมีเจ้าของกิจการดูอยู่

หมอแล็บ จริงๆ เราก็กำกับดูแลให้เขาล้างจาน ล้างช้อนอย่างถูกสุขลักษณะ แล้วพิ้งให้แห้ง

สัญญา แล้วก็มีการวางไว้ในภาชนะที่มีฝาปิดซะ เขาจะได้ไม่ต้องเอาไปจุ่มน้ำ จุ่มอะไร

หมอแล็บ ถูกต้อง หรือว่าถ้าอยากจะมี ก็ควรจะเป็นมีเครื่องที่เป็นรังสียูวี

สัญญา ฮั่นแน่..เป็นอย่างไรรครับ

หมอแล็บ พวกนี้มันก็จะเป็นเครื่องที่ทำให้แบคทีเรีย หรือ เชื้อโรคตกลงได้ สมมุติมี 10 เอาไปใส่ตัวนี้ จะลดลงเหลือ 7

สัญญา มันมีขายหรือเครื่องนี้

หมอแล็บ มีครับ

สัญญา เป็นแสง

หมอแล็บ เป็นแสงยูวีฆ่าเชื้อโรคได้ แต่มันก็คงไม่ร้อยเปอร์เซนต์หมดเกลี้ยงมันก็คงแว็บๆ ก็คงลดได้อยู่

สัญญา คุณภาคภูมิมีข้อมูล หรือ หลักการให้คุณผู้เพิ่มไหมครับ เพราะต่อไปเราคงเชื้ออะไรลำบากมากเลยนะ

หมอแล็บ ทุกวันนี้เราต้องยอมรับครับว่า เรื่องเงินเป็นเรื่องสำคัญ เขาก็ต้องการที่จะเอาเงินจากเรา คนที่ผลิตผลิตภัณฑ์พวกนี้มา ก็ต้องการให้เราไปซื้อของเขา และถ้าไปผลิตอะไรแพงๆ กำไรก็น้อยใช้ไหมครับ เพราะฉะนั้นมันก็ต้องผลิตอะไรก็ได้ที่ราคาถูก แล้วไปอัพราคาแพงๆ แล้วไปโฆษณาที่สรรพคุณเอา ผมจะพูดบ่่อยหน่อยช่วงหลังที่มันมีเยอะ ก็คือ เอาแผ่นแปะทำดูสารพิษ แปะก่อนนอนนะพี่ พอตื่นปั๊บ ตื่นเข้ามาแผ่นนี้ก็กลายเป็นสีน้ำตาลดำ เลย

สัญญา หุย..มันดูสารพิษ

หมอแล็บ

เขาก็จะบอกว่ามันดูสารพิษออกจากร่างกายของเรา แต่จริงๆ แล้วมันไม่ใช่ มันคือ ผงของเหยื่อไฟ พวกนี้เวลามันโดนความร้อน มันจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลเข้ม ถึงดำ มันไม่ได้ดูสารพิษ เอน้ำไปหยอดมันก็ดำ แต่ที่นี้เวลาเรานอนที่มันให้เราแปะก่อนนอน เพราะเรามักจะมีเหงื่อออกตรงบริเวณเท้า แล้วความชื้นตรงนั้นมันก็ไปสัมผัสกับแผ่นนี้ทำให้มันเปลี่ยนสี พอมันเปลี่ยนสี เขาก็บอกว่านี่ไง มันดูสารพิษได้ เราก็ตีใจ ตื่นเข้ามา หูย..ได้สารพิษเยอะเลย เนี่ยอะ..เราต้องสงสัยว่ามันดูได้จริงหรืออะ ลองไปพิมพ์สี แผ่นแปะเท้ามันดูสารพิษได้จริงหรือ เดียวก็เจอครับ มันจะมีคนออกมาบอกว่าจริงหรือไม่จริง

สัญญา

แปลว่าคุณภาคภูมิยังยืนยันว่ากลไกแรกที่สุดเลย คือ คุณต้องสงสัยไว้ก่อน คุณต้องไม่เชื่ออะไรทุกอย่างทันทีเด็ดขาด ไม่ว่าจะมันจะดูถึงขนาดไหนก็ตาม

หมอแล็บ

โดยเฉพาะในอินเทอร์เน็ต ในมือถือเราเนี่ยละ เราควรจะต้องให้ดีกว่าก่อนจะซื้ออะไร ก่อนจะกดเงินซื้อ อย่าไว่ ดูสักนิดหนึ่ง

สัญญา

ในข้อมูลของสื่อโซเชียลที่ให้ความรู้กับผู้คนแบบสนุกสนาน คุณมีโครงการที่จะทำอะไรต่อไป หรือจะพัฒนาอะไรต่อไปอีกบ้างไหมครับ

หมอแล็บ

เราก็พยายามที่จะหาข้อมูล และพยายามที่จะทำให้มันง่ายขึ้น พยายามทำเป็นคลิปให้มากขึ้น เพราะปกติจะส่วนใหญ่จะโพสต์เป็นตัวหนังสือ แต่ถ้าคิดว่าถ้าเรามาตั้งเป้าให้ฟังมันน่าจะดี หรือว่าอาจจะมีการไลฟ์มากขึ้น ถ้ามตบ

สัญญา

มีเป้าหมายไหมครับ ว่าเราอยากเห็นอะไรในสังคมไทย หรือสังคมโซเชียล

หมอแล็บ

ตั้งเป้าไว้เลย อยากจะติดอาวุธให้กับประชาชน อยากให้เขามีความรู้เหมือนเรา ถ้าเรามีอาวุธตรงนี้ปุ๊บ จะไม่มีใครมาหลอกประชาชนได้อีก พอเวลาเราเห็นเค้าโฆษณา อันนี้ยาทาทำให้อวัยวะเพศใหญ่ขึ้น หรืออันนี้ทำให้รู้พิต อยากให้ทุกคนเห็นแล้วเราว่ามันหลอกเรามาไม่นานนี้เว้ย ถ้าเรามีความรู้ตรงนี้ผมพอใจแล้ว ต่อไปให้ยาพวกนี้มันหายไปเลย

สัญญา

ก็ต้องให้ความรู้กันเยอะๆต่อไป วันนี้ผมว่าผมได้คำสำคัญเลย ความสงสัยเป็นเรื่องดี

หมอแล็บ

ใช่ครับ

สัญญา

และเราต้องพิสูจน์สิ่งที่เราสงสัย

หมอแล็บ

ใช่ครับ

สัญญา

ขอบคุณครับ กับเพจดีๆ ย้ำอีกทีว่าชื่อ หมอแล็บแพนด้า เข้าไปหาข้อมูล หาความรู้ หรือ ดูเพื่อความเพลิดเพลินก็ได้ เพราะเขาก็จะเล่าอย่างสนุกสนาน ไม่ได้เครียดไม่ได้เป็น ภาษาทางการแพทย์แต่อย่างใด ขอบคุณและเอาใจช่วยครับ คุณภาคภูมิ เดชหัสดิน ขอบคุณมากครับ

เสียงปรบมือ

สัญญา

ตอนนี้พักสักครู่ครับ เดียวกลับมาพบกับช่วงคอลัมน์สัปดาห์ของรายการเจาะใจครับ

เสียงปรบมือ

ตอนที่ 2: รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ
แซกรับเชิญ สุทธิชัย หยุ่น

เบรค 1

----- เสียงดนตรี ปรบมือ สัญญาเดินออกมา เข้าเนื้อหา เบรค 1 -----

สัญญา สวัสดีท่านผู้ชมครับ ยินดีต้อนรับสู่รายการเจาะใจครับ วันนี้อยากจะเรียนคุณผู้ชมให้ทราบว่า รายการเจาะใจตลอดทั้งเดือนนี้จะมีเนื้อหาเป็นแคมเปญพิเศษ และเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจมาก สำหรับท่านผู้ชมทุกท่าน เหมาะกับคนไทยที่จะอยู่ในยุคศตวรรษที่ 21 นี้อย่างยิ่งนะครับ นั่นก็คือ โครงการที่ชื่อว่า “เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน” เป็นความร่วมมือกันของรายการเจาะใจกับ กสทช. ผมว่าเป็นที่รู้จักกันอยู่แล้วในโลกทุกวันนี้ นอกจากสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ สื่อต่างๆ แล้ว เรามีสื่ออีก หลากหลายประเภทที่อยู่ในโซเชียลเน็ตเวิร์ค และด้วยความมาก หลากหลาย รวดเร็ว และจำนวนมาก ที่มาก รวดเร็วจนไม่อาจจะสามารถตรวจสอบได้ว่าอันไหนจริง อันไหนเท็จ อันไหนเป็นประโยชน์ อันไหนเป็นโทษ วิธีการเดียวที่จะทำให้เกิดประโยชน์ได้ก็คือ คนที่รับชมหรือเสฟนั้นควรจะรู้เท่าทัน วันนี้เป็นตอนแรกของโครงการนี้ และเป็นเรื่องของการเสฟข่าวอย่างไรให้เรารู้เท่าทัน เป็นเกียรติอย่างยิ่งที่แซกรับเชิญของเราเป็นครูบาอาจารย์ เป็นคนไม่กี่คนในประเทศไทยที่ทำสื่อครบทุกชนิด สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โซเชียลเน็ตเวิร์ค และยังเชื่อว่าทุกวันนี้ยังทำครบทุกชนิดเหล่านี้ และผู้คนที่ เป็นผู้สื่อข่าว นักข่าว ทำงานข่าวเบอร์ใหญ่ๆ ที่คุณผู้ชมชื่นชอบก็เป็นลูกศิษย์ลูกหาของท่านคนนี้ครับ รายการเจาะใจขอต้อนรับ คุณสุทธิชัย หยุ่น ครับ

----- เสียงดนตรี ปรบมือ สุทธิชัย หยุ่น เดินออกมา -----

สุทธิชัย สวัสดีครับ

สัญญา สวัสดีครับ เป็นเกียรติอย่างยิ่ง

สุทธิชัย ขอบคุณมากครับ

สัญญา เหมือนผมเป็นสาวกแล้วผมเจอเจ้าลัทธิแล้ว ผมมีความสุขมากครับ วันนี้เป็นครั้งแรกที่ผมเจอคุณ สุทธิชัย หยุ่น ตัวจริง

สุทธิชัย เหมือนกัน

สัญญา เหมือนผมเจอพี่มาตั้งแต่ผมเป็นนักเรียนนักศึกษา

สุทธิชัย ผมก็ดูคุณตั้งแต่เป็นนักเรียนนักศึกษานี้แหละ

สัญญา ผมเป็นนักเรียน หรือพี่เป็นนักเรียน

สุทธิชัย ผมเป็นนักเรียน ไม่ คือผมติดตามคุณดูมาตลอด

สัญญา ขอบพระคุณมากครับ

สุทธิชัย ยินดีมากครับ แล้วก็วันนี้ได้มีโอกาสได้มาเจอแฟนๆ ทั้งหลายแหละ

สัญญา จะเรียนอย่างนี้ครับ เมื่อที่ผมพูดครบ ถูกต้องไหมครับ เรา รู้จักพี่...ผมเดานะว่าอันแรกคือสิ่งพิมพ์ ที่เนชั่น
สุทธิชัย ใช่ นั่น 50 ปีก่อน
สัญญา จากหนังสือพิมพ์แล้วไปไหนต่อครับ
สุทธิชัย ทีวี
สัญญา ok มาทีวี จนกระทั่งมีช่อง
สุทธิชัย วิทยุ แล้วนั่นเป็นครั้งแรกที่ผมเปิดศักราชมีการสัมภาษณ์สดทางวิทยุ ดังนั้นถ้าคุณจำได้ว่า ตอนนั้นโทรศัพท์ตั้งโต๊ะ และมี speaker เป็นครั้งแรก กดแล้วมันจะดังขึ้นมา โอโฮ มีเสียงด้วยนะ คือถ้าอย่างนี้แล้วเราทำวิทยุ แล้วเราชวนให้คนโทรเข้ามา แล้วเรากดเสียงดัง แล้วเราพูดไปด้วย คนก็ต้องตื่นเต้นมาก
สัญญา ก็เหมือนเค้ามานั่งสัมภาษณ์ เหมือนเค้ามานั่งอยู่ในนั้นด้วยโดยไม่ต้องมา เดียวนี้เราจะเห็นคุณสุทธิชัยในโลกโซเชียล เห็นบ่อยมาก ขยันมาก สัมภาษณ์คนโน่นคนนี้ครบทุกประเภท ไม่ใช่เฉพาะเรื่องสารณะครับ สนุกสนานเฮฮาก็มีหมด ยังคงทำหน้าที่รายงานข่าว พิธีกร ผู้ดำเนินรายการอยู่
สุทธิชัย ครับ เพราะว่าผมทำสื่อตั้งเดิมมาตลอด แล้ววันดีคืนดี สตีฟ จอบส์ ก็มาบอกว่า เฮ้ย มันมีมือถือนะ คุณจะถ่ายรูปก็ได้ ถ่ายวิดีโอก็ได้ แล้วก็ มี facebook แล้วมาบอกว่าไลฟ์ได้ด้วย คุณต้องเข้าใจว่า ผมทำทีวีมาตลอด เวลาถ่ายทอดสดต้องยกรถ OB เคยเห็นรถ OB ไหม
สัญญา Outside Boardcasting มีงานอยู่ข้างบนหัว
สุทธิชัย มีงานดาวเทียมนะ แล้วมีทีมงานอีก 20 กว่าคน มีกล้องอีก 4-5 กล้อง แล้ววันดีคืนดีเนี่ย
สัญญา ทั้งหมดที่เราเห็นนี้อยู่ในมือถือ
สุทธิชัย มือถือ คนเดียว ทำได้เลย ทำเมื่อไรก็ได้ ฝนตก ฟ้าร้อง ทำได้หมด
สัญญา ก็เลยทำได้ อย่างเขามัน (หัวเราะ) ผมใช้คำนี้เลย เมื่อกี้พี่ทำอะไร ผมเห็นนะ พี่ยืนรถตรงนั้น พี่ทำอะไร (หัวเราะ) คือผมถ่ายไว้ จะได้เอาไปออกใน (FB)ไลฟ์ของผม จะได้เล่าให้คนที่ติดตามผมฟังว่า วันนี้ผมไปเจอคุณตุ๋มานะ ไปอัดเทปมา มีแพนๆ แล้วผมเจอคุณตุ๋เป็นครั้งแรก ตื่นเต้นขนาดไหน แล้วผมเล่าก็มีคลิปนี้ออกไปด้วย คนก็รู้สึก...
สัญญา เหมือนมาด้วย
สุทธิชัย เออ ผมเรียก Suthichai LIVE นี้ครับ
สัญญา นี่ มีขายของอีกต่างหาก Suthichai LIVE Anywhere Anytime
สุทธิชัย เมื่อไร ที่ไหน ก็ได้
สัญญา วันนี้จะเรียนเชิญคุณสุทธิชัยมาเพื่อให้ข้อมูล ในฐานะที่อยู่ในวงการนี้มา ใช้คำว่าทั้งชีวิตก็ได้ มาเล่าว่ามันเป็นอย่างไร และมันมีอะไรที่เราควรจะมี เพื่อที่จะรู้เท่าทันข่าว เชิญนั่งเลยครับ
สุทธิชัย เชิญนั่งเลยครับ

----- เดินไปนั่งบนโซฟา / เสียงปรบมือ -----

- สัญญา** OK ในยุคสมัยก่อน ผมเชื่อว่าตั้งแต่สมัยคุณสุทธิชัยทำข่าว เรามีระบบสำนักข่าวที่มันเป็นหลักเป็นฐาน มีการแสดงตัว มีผู้คนที่ร่ำเรียน จบนิเทศ.... จบอะไรมา มีจรรยา มีกฎหมายควบคุมอีกต่างหาก เราก็เลยเสฟข่าวได้ค่อนข้างน่าจะปัญหาน้อยกว่ายุคนี้ ผมเดาว่ายุคนี้ไม่เหมือนเดิมแล้ว มันกลายเป็นว่าใครก็เป็นนักข่าวได้ เผลอๆ ผมทำสิ่งที่เหมือนข่าว แต่ไม่ใช่ข่าว แต่ผมชอบผลประโยชน์ไว้ก็ได้ ภาพที่คุณสุทธิชัยเห็นเหล่านี้ ตอนนี้เป็นอย่างไร ขยายความให้เราฟังหน่อย
- สุทธิชัย** แต่ก่อนนี้เราเรียกคนทำสื่อว่า เป็นคนเฝ้าประตู gate keeper แปลว่าเราเป็นคนสกรีนให้ คนนี้เข้าได้ คนนี้เข้าไม่ได้ คนนี้ควรเข้าไม่ควรเข้า ตั้งแต่ สตีฟ จอบส์ ขึ้นเวทีนี้แหละ แล้วก็ประกาศว่า...มีคนถามเค้าว่า ทำอย่างไรถึงเอาโทรศัพท์ เอาอินเทอร์เน็ต แล้วก็เอาคอมพิวเตอร์มาไว้ที่เดียวกัน แกก็ลุกขึ้นมาแล้วบอกว่า...เจอแล้ว วิธีที่จะเอา 3 อย่างนี้อยู่ที่เดียวกัน แล้วแกก็ยกอันนี้ (ยกมือถือ) แล้วแกก็บอกว่า...เราเรียกมันว่า iPhone อันนี้ 10 ปีเองนะ ตั้งแต่วันนั้นเป็นต้นมาทุกอย่างเปลี่ยนหมด เพราะใครก็เป็นนักข่าวได้ คุณขับรถเห็นอุบัติเหตุ คุณก็ถ่าย แล้วเอาขึ้น facebook คุณก็เอาขึ้นทวิตเตอร์ นักข่าวตัวจริงยังไม่ถึงเลย
- สัญญา** ใช่ ยังไม่รู้เรื่องเลยด้วยซ้ำ
- สุทธิชัย** ใช่ ฉะนั้นทุกคนเลยเป็นนักข่าวได้ ดังนั้นที่บอกว่าต้องมี gate keeper คนที่เฝ้าประตูเนี่ย มันไม่จำเป็นต้องมีแล้ว นี่แหละคือจุดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง ข้อดีก็คือสุดยอด มันเป็นประชาธิปไตยเต็มที่ ข่าวมาหลังไหลมาจากทุกแห่ง คนที่รู้จริง คนเป็นหมอ วิศวกร สถาปนิก เขาสามารถส่งข้อความ แล้วเค้ารู้จริงมากกว่านักข่าว อันตรายก็คือว่าใครก็สามารถสร้างข่าวปลอมได้ ใครก็สามารถเขียนอะไรเพื่อกลั่นแกล้ง รังแก สร้างข่าว ผมไม่ชอบคุณ ผมก็เขียนเรื่องที่ไม่ดีเกี่ยวกับคุณได้ โดยที่ไม่มีใครกลั่นกรอง แล้วจริยธรรม... หลักการที่ทำสื่อมาตลอดมันก็เลยหายไป จึงเป็นที่มาของคำถามที่ว่า...เราจะรู้ทันได้อย่างไร...ใช่ไหมครับ เหมือนที่ตั้งคำถามมาเมื่อกี้
- สัญญา** ครับ อีกคำถามครับ สื่อที่มีคนเฝ้าประตู กับสื่อที่มีประตูเต็มไปหมด อันไหนมีคุณภาพมากกว่ากัน มีข้อมูลไหมครับ
- สุทธิชัย** ประตุมันหายไปหมดแล้วไง คนที่ทำอาชีพเดิมที่เรียกตัวเองว่าเป็นผู้เฝ้าประตูเนี่ย ก็ไม่มีประตูให้เฝ้า ดังนั้นแม้กระทั่งคนทำสื่ออาชีพก็ต้องปรับตัว ตัวเองไม่ได้เป็นคนกลั่นกรองอีกต่อไป ตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการใหม่
- สัญญา** ผมเข้าใจว่า ok สื่อก็ล้มไป แต่ก็ยังเหลือที่เราเชื่อถืออยู่ แต่กับคำถามที่ว่าสื่อไหนมีคนดูเยอะกว่ากัน โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ แบบเดิม ที่มีสำนัก มีที่อยู่ มีกลไกป้องกันทั้งหมด กับใครก็ไม่รู้ ผมเดาว่าแบบที่คุณสุทธิชัยเล่าตอนต้นว่า ไอ้เนี่ยเจอเหตุปั๊บ ถ่ายปั๊บ สำนักเหล่านั้นยังไม่รู้ตัว ก็แปลว่าอันนี้ได้ความนิยมมากกว่า คนดูมากกว่า
- สุทธิชัย** ครับ ถามทุกคนในนี้สิครับว่า ข่าวที่ดูทุกวันนี้ได้มาจากไหนบ้าง ลองยกมือดู ใครที่ได้ข่าวต่างๆ นานา จากทีวีบ้าง ได้ก่อนนะ
- สัญญา** เวลาข่าว ได้จากทีวีก่อนนะ (คนดูยกมือ) 1 คน
- สุทธิชัย** 1 คน

สัญญา หนังสือพิมพ์ โอโหคิดนานกว่าอีก
สุทธิชัย วิทย์
สัญญา โอโห ไม่มีสักคน
สุทธิชัย ใครได้ข้อมูลข่าวสารก่อน ด้วยมือถือ
สัญญา โห... ทุกคน
สุทธิชัย นี่คือข้อเท็จจริงที่พวกเราคนทำสื่อต้อง ...หนึ่งดีใจมากเพราะเค้ากำลังตามเรา สองตกใจมาก เพราะถ้าเรายังทำสื่อดั้งเดิม เราคงตกงาน
สัญญา มาตรงๆ เรื่องสื่อโซเชียลเลย สิ่งที่คุณสุทธิชัยเห็นแล้วเกิดความเป็นห่วง เรื่องดีมหาศาลเดี๋ยวก่อนว่ากัน เอาเรื่องน่าเป็นห่วงมหาศาล เห็นอะไรบ้างครับ
สุทธิชัย อันตรายมากก็คือ เราไม่รู้ข่าวที่เราดูจากมือถือเราเนี่ย ไม่ว่าจะผ่าน facebook ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม นี่มันจริงหรือเปล่า ยกตัวอย่างเข้านี้เลยนะครับ ผมตื่นขึ้นมา ผมเปิด facebook มีข้อความหนึ่งขึ้นมา บอกว่า...วันนี้เมื่อ 7 ปีก่อน เป็นวันเสียชีวิตของ สตีฟ จอบส์ ผมคิดว่า เอ๊ะ มันใช่หรือเปล่า ก็เลยไปเสิร์ชดู เป็น 25 ต.ค. ไม่ใช่วันนี้ ไม่เกี่ยวเลย แล้วเรื่องนี้เกิดขึ้นบ่อยมาก เพราะคนเอาของเก่าๆ มา ไม่รู้มาจากไหนบ้าง แล้วมันก็จะโผล่มาในมือถือเรา แล้วคนไม่ระวัง ด้วยความเคยชิน ด้วยความมั่งง่าย เราก็จะเชื่อไปเลย พอเชื่อแล้วไม่ใช่แค่เชื่ออย่างเดียว เราแชร์ด้วย แล้วเรacomเมนต์ด้วย เผลออๆ เราจะบอกว่า...โห น่าเศร้ามากเลย คิดถึง สตีฟ จอบส์ มาก ...เป็นตุเป็นตะเลยนะ แล้วเราก็ไปกับเค้าด้วย แล้วเพื่อนของคุณก็เห็นคุณ ก็ไม่ได้เช็คอะไร ก็แชร์ต่ออีก

สัญญา เราเป็นอุปกรณ์ช่วยเค้าอย่างดีเลย

สุทธิชัย เราเป็นอุปกรณ์อย่างดีเลย นี่คืออันตราย แต่ถ้าเป็นข่าวที่คนตั้งใจเลย อย่างวันก่อนมีคนสร้างข่าวเว็บปลอมของกรมอุตุฯ ขึ้นมา เห็นไหม หนาวปากสัน (เสียงคนหัวเราะ) แชร์กันทั่วบ้านทั่วเมือง ไม่มีใครเช็ค อันนี้คืออันตราย ดังนั้นสิ่งที่เราต้องเตือนกันก็คือ การรู้เท่าทันก็คือ เห็นเห็นอะไรอย่างเพิ่งเชื่อ นี่คือข้อที่หนึ่ง เช็ค แล้วอย่าแชร์

----- เสียงดนตรี ช่วง coming up -----

สุทธิชัย อย่าเชื่ออะไรจนกระทั่งคุณตรวจสอบได้
 นักข่าวก็จะมั่งง่าย มาเยี่ยม ขอใช้ข่าว กระแสแรงเนี่ย ไปเป็นของตัวเอง

----- เสียงดนตรี จบเนื้อหา เบรก 1 -----

เบรก 2

----- เสียงดนตรี สปอนเซอร์ เข้าเนื้อหา เบรก 2 -----

สุทธิชัย รู้เท่าทันก็คือ เห็นอะไรอย่าเพิ่งเชื่อ แล้วอย่าแชร์ ผมเปรียบเทียบเป็นจตุรัสกลางเมือง โอโหโซเชียล มีเดียเนี่ย เราเดินเข้าไปเราจะเห็นกิจกรรมมากมาย คนนี้ยื่นร้องเพลงอยู่มุมหนึ่ง คนนี้ขอทานอีกมุมหนึ่ง คนนี้เล่นปาหี่ คนนี้นั่งชิมๆ กินกาแฟอยู่ เราเดินเข้าไปมันจะเป็นจตุรัสที่มันมีกิจกรรมต่างๆ

- มากมายที่เราไม่รู้ว่าเป็นอะไร แล้วบางทีตัวเราเองก็ไปแสดงอยู่ตรงนั้นด้วย ดังนั้นต้องตรวจให้ดี เช็คให้ดี ดูให้ดีกว่า ไอ้มันเล่นปาหี่ ไม่ใช่ของจริง ไม่ใช่เราถ่ายเสร็จแล้วเรอบอกว่าเป็นของจริง แบบนี้มันหลอกลวงชาวบ้านได้ ดังนั้นเราต้องรู้เลยว่านี่คือจตุรัสที่สาธารณะที่ทุกคนไม่ว่าอะไรจริง ไม่จริง จนกระทั่งตัวคุณไปตรวจ ไปเช็ค
- สัญญา** แม้ว่าจะเป็นข่าวดีที่ไม่คิดว่าจะมีใครเสียหาย ก็ตาม
- สุทธิชัย** ที่สำคัญว่านั่นก็คือว่า คุณกำลังแบ่งปันข่าวไม่จริงนั้นไปให้คนอื่น โดยที่คุณไม่รู้ตัวว่าความเสียหายจะเกิดขึ้นต่อเนื่องอย่างไร สมัยก่อนคุณดูทีวี หนังสือพิมพ์ ทีวีมีข่าวนี้ จริงไม่จริงเราไม่รู้ แต่เราเชื่ออยู่ อย่างหนึ่งคือมันมี บก.ข่าว มีคนตรวจสอบข่าว มีคนกลั่นกรองให้เรา แล้วถ้ามันผิด เราตรวจสอบแล้วว่ามันผิดที่หลัง เราก็ต่า บก.ข่าว ผู้รับผิดชอบ สถานข่าว มีคนรับผิดชอบ แต่ถ้าเป็นทุกวันนี้คุณไปอ่านในโซเชียลมีเดียแล้วข่าวผิด คุณไม่รู้ไปตำใครนะ คนนั้นก็บอกว่า ผมไม่รู้ผมแชร์มาจากคนอื่น ไอ้คนนั้นก็บอกว่าผมแชร์มาจากคนอื่น
- สัญญา** หาเจ้าภาพไม่เจอ ทุกคนบอกว่าไม่รู้
- สุทธิชัย** หาเจ้าภาพไม่เจอ
- สัญญา** รับมาก็ส่งไป
- สุทธิชัย** ถูกต้อง
- สัญญา** แต่คุณเป็นโลกที่ร่วมกันทำความผิดนั้นโดยไม่รู้ตัว
- สุทธิชัย** มีส่วน เป็นผู้สมรู้ร่วมคิดในการกระทำความผิด ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตามแต่ แต่คุณจะเสียใจมากเลย ถ้าคุณแชร์สิ่งที่ทำที่สุดมันไม่จริง แล้วทำที่สุดมันทำให้แม้กระทั่งคนเดียวเกิดความเสียหาย
- สัญญา** ในเชิงวิชาการด้านสื่อสารมวลชน คำมีหลักการไหมครับ สมมติว่ามีข่าวมาอันหนึ่ง เราจะต้องตรวจอะไร แค่นั้น ถึงจะส่งให้คนอื่นต่อ
- สุทธิชัย** หลักการของผู้มีอาชีพทำข่าวก็คือว่า อย่าเชื่ออะไรจนกระทั่งคุณตรวจสอบได้ อย่าเชื่อหนึ่งแหล่งข่าว ข่าวใดข่าวหนึ่งต้องเช็คอย่างน้อย 2 แหล่ง แล้วเช็คคือคำถามที่ตรงกันข้ามหรือยัง พอมันเป็นโซเชียลมีเดียมันก็ไม่ได้แตกต่าง เพียงแต่ว่ามันมีคนที่ไม่เป็นมืออาชีพเข้ามาเกี่ยวข้องเยอะ ใครก็เป็นนักข่าวได้ คำก็ไม่เคยได้รับการฝึกฝนมาให้ตรวจสอบให้เช็คข่าว ดังนั้นคำก็เลยปล่อยข่าวออกไป ทีนี้ถ้ากระแสมันแรง นักข่าวอาชีพน้อยกว่าใช้ไหมครับ คนทั่วไปเยอะกว่า นักข่าวถ้าไม่ใช่มืออาชีพจริงก็จะมักง่ายมายืมขอใช้ข่าวของคนทั่วไปเอามาเป็นของตัวเอง สังเกตไหมครับว่ามีรายการทีวีบางรายการ รายการวิทยุบางรายการ ที่บอกว่า วันนี้เจอในเว็บไซต์นี้ วันนี้เจอใน facebook
- สัญญา** ครับ คือกลายเป็นว่า สื่อเดิมที่ควรจะมีหน่วยงานที่ตรวจสอบถูกต้อง ก็ไปเอาของใครก็ไม่รู้มาลง
- สุทธิชัย** ถูกต้อง เพราะมันมีดราม่า มีคนแชร์เยอะ มีคนชอบดู นี่คือการอันตรายที่จะเกิดเพราะมืออาชีพก็เริ่มจะหวั่นไหวจากการที่มีคนดูค่าน้อยลงก็เริ่มมาโซเชียลมีเดีย
- สัญญา** ใช้ตัวเองเป็นอุปกรณ์ให้เค้า กลายเป็นว่าเอาตัวเองไปการันตีเค้าว่าได้ออกโทรทัศน์ช่องนี้แล้วนะ
- สุทธิชัย** ใช่

- สัญญา** ผมฟังผมรู้สึก ว่า ชาวที่ปลอมหรือผิดมาจาก 2 อย่าง หนึ่งมาจากความอ่อนด้อยประสบการณ์ ความมั่งคั่ง หรืออะไรก็แล้วแต่ทำให้เกิดชาวที่ผิด สองคือตั้งใจทำเลย คุณสุทธิชัยมองว่าสองอย่างนี้มาจากใคร แบบไหน ทำไมเค้าจึงทำ
- สุทธิชัย** มันมี 2 กลุ่มครับ กลุ่มที่ไปเรื่อยๆ ไม่ได้ตั้งใจ ก็คือกลุ่มประชาชนทั่วไป แต่กลุ่มที่มีเป้าหมาย บางคนรับจ้างมาดาวน์นะครับ
- สัญญา** มีแบบรับจ้างทำให้ด้วย
- สุทธิชัย** มี มีแบบรับจ้างปล่อยออกมาแนวใดแนวหนึ่ง ช่วงนี้ช่วงหาเสียงเลือกตั้งให้ระวังจะมีเลย เป็นตุเป็นตะเลย เช่น ผมนี้เป็นนักการเมือง แต่ไม่อยากจะชื่อพรรคการเมือง กลัวว่าผมหาเสียงแล้วคุณจะไม่เชื่อผม ผมก็เลยไปจ้างทีมหนึ่ง ทำเว็บไซต์ขึ้นมา ชื่อใช้คนละเรื่องกับผมเลย แล้วก็ออกข่าวเชียร์ผม ต่ำตู่ผม สร้างเรื่องไปถ่ายคลิปบางอย่างที่ไปๆ มาๆ ทำให้ผมดูดี หรือไปๆ มาๆ ทำให้อีกฝ่ายหนึ่งดูแย่
- สัญญา** แล้วมันก็ได้ผลซะด้วย เพราะผมรู้สึก ว่าคนในโซเซียลลามาแรง รักจริง โกรธจริง ปั่นง่าย ใส่ปุ๊บติดปั๊บเลย มันเหมือนฟางรออยู่แล้ว น้ำมันราดรอเลย แค่อะไรก็มาติดเดียว พรีเลย
- สุทธิชัย** ใช่ครับ ตรงนี้อันตราย ผมจะเล่าประสบการณ์ผมให้ฟังก็คือ เวลาที่ผมไลฟ์ เวลามีคนมาคอมเมนต์ที่ไปทางใดทางหนึ่ง ชอบ ไม่ชอบ แย่ สุดแย่ ผมรับไม่ได้เลย เชื้อไหมคนอื่นที่คอมเมนต์ตามมาก็จะไปตามแนวทางนั้นเหมือนกัน เพราะมันมีอิทธิพลต่อคน
- สัญญา** เทรออะ มันเป็นจิตวิทยาใช่ไหม
- สุทธิชัย** ครับ มันเป็นจิตวิทยา ดังนั้นถ้ามีคนพยายามที่จะมานำวโน้มให้คนเชื่อไปทางใดทางหนึ่ง ก็จะไปดูไลฟ์พวกนี้ แล้วเขาก็จะ...(ทำท่าขยับนิ้วเหมือนจิ้มคีย์บอร์ด)
- สัญญา** ใช่ครับ พวกนักเลงคีย์บอร์ด ใครก็ได้ไม่มีตัวตน
- สุทธิชัย** ใช่ครับ ชื่อจริงหรือเปล่าก็ไม่รู้ เช่น ผมชื่นชมท่านมากเลยครับ ท่านเป็นขวัญใจของผมมาตลอดชีวิตเลยครับ คนอื่นๆ ที่เห็นก็จะเขียนตามไปด้วย ทั้งที่ไม่รู้จักกันนะ มันเป็นแนวโน้มของจิตวิทยาฝูงชน อันนี้คือปรากฏการณ์ที่พวกเราต้องรับรู้เอาไว้ ไม่ใช่ชื่อๆ ใสๆ ทุกคนคอมเมนต์ตามความรู้สึกของตัวเอง มันไม่ใช่
- สัญญา** อันนี้คือมือเก่าและอยู่ในวงการมาตลอดกำลังเล่าให้ท่านผู้ชมฟัง ผมเชื่อว่าท่านผู้ชมเองก็เคยมีประสบการณ์แบบนี้แหละ บางทีเข้าไปอ่าน...เออวะ จริงแน่ๆ ไอนี้ต้องเลวแน่ๆ เลย เพราะด่ากันมา 8 คนแล้ว เอาด้วยดีกว่า
- สุทธิชัย** นี่ไง
- สัญญา** แล้วก็รู้สึก ว่าตัวเองมีพวก
- สุทธิชัย** มีพวก ผมถึงต้องมีโปรดิเวเซอร์ของผมที่คอยดูเรื่องนี้ครับ ดูว่าถ้ามันจะมีคอมเมนต์ที่เอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง หรือแรงไปข้างใดข้างหนึ่ง ก็จะพิมพ์ลงไปว่าใช้ภาษาสุภาพหน่อยนะครับ อย่าแห่ไปทางใดทางหนึ่งนะครับ แนใจหรือครับ
- สัญญา** (หัวเราะ) คือพยายามเรียกสติกลับมา

สุทธิชัย แล้วมันดีตรงที่ว่าคนที่ดูตามเป็นประจำก็ช่วยเตือนกันและกันก็มี ข้อดีสุดยอดของโซเชียลมีเดียก็คือว่ามีคนรู้จริงตลอดเวลาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่คุณพูด

สัญญา เสมอหรือครับ

สุทธิชัย เสมอเลย

สัญญา หรือครับ

สุทธิชัย ผมจำไม่ได้ มันเป็นเรื่องเกี่ยวกับยาอะไรสักอย่าง แล้วผมก็ไม่แน่ใจ ผมก็เลยเขียนไปใน facebook ผมว่า ชื่อยานี้ผมแน่ใจว่ามันรักษามะเร็งได้หรือไม่ได้ ประวัติเรื่องนี้เป็นอย่างนี้ ภายในไม่ถึง 5 นาที คุณจะมีคนที่เห็นเหมือน เป็นเกสซๆ เขียนเข้ามาว่า อ้อ มันเป็นอย่างนี้ครับ มี link ตรงนี้ครับ มันมีเว็บไซต์นี้ครับ ทันทีเหมือนกัน อยากให้เราเป็นประชาชนพลเมืองที่มีสติ ช่วยกันเตือน ช่วยกันสร้างสิ่งที่ถูกต้อง

สัญญา ผมมีความรู้สึกว่าคุณสุทธิชัยกำลังบอกสิ่งหนึ่งว่า ถ้าผมเป็นคนธรรมดา ชมข่าวอย่างเดียว ผมก็มีสติในการรับรู้ว่าอันไหนควรเชื่อหรือไม่ควรเชื่อ แต่ถ้าเราจะแชร์ คุณกำลังทำตัวเป็นนักข่าวแล้วนะ คุณไม่ได้เป็นคนเสพ แต่คุณกำลังเป็นผู้ส่ง คุณต้องไปที่มาตรฐานของนักข่าว ไซ้ไหมครับ

สุทธิชัย ถูกต้อง ทุกคนเป็นนักข่าวได้ แต่ถ้าจะเป็นนักข่าวก็ต้องมีกติกามารยาทของการเป็นนักข่าวด้วย

สัญญา สังคมจึงจะจรรโลงได้ด้วยสิ่งที่ดี

สุทธิชัย ใช่ครับ เพราะว่าประโยชน์ของโซเชียลมีเดียมันมหาศาล จะเล่าให้ฟังมีคนหนึ่งเป็นนักศึกษาที่ฮาร์เวิร์ด แล้วหลานเค้าจะมาให้สอนการบ้านทุกวัน ระหว่างสอนก็มีมือถือ ก็อัดเอาไว้ด้วยนะ แยกเอาขึ้น youtube ปรากฏว่าคนแชร์กันเยอะ ทุกคนได้ประโยชน์จากการที่เค้าสอนหลานทำการบ้าน บิล เกตส์ เจ้าของไมโครซอฟท์ วันหนึ่งก็ไปเห็นเข้า เฮ้ย ไอ้เด็กคนนี้เก่ง มันสอนง่ายๆ เข้าใจคณิตศาสตร์ได้ง่ายๆ เลย แล้วถ้าเด็กทั่วโลกได้ดูได้เห็นแบบนี้มันจะเป็นประโยชน์มหาศาล มันยิ่งกว่าโรงเรียนเป็นร้อยๆ เท่าเลย บิล เกตส์ ก็โทรไปหาหนุ่มคนนี้ว่า ยูมาคุยกับเราหน่อย เราอยากจะสนับสนุนยู เอาไปเลย 30 ล้านเหรียญ ยูเอาไปทำให้มันเป็นเรื่องดีๆ เลย ตอนนี่กลายเป็นมหาวิทยาลัยใหญ่ที่สุดบนโลกโซเชียล อยู่บน youtube ชื่อ Khan Academy ตอนนี้มีเป็น 30-40 ภาษาแล้วนะครับ ภาษาไทยก็มี ใครสนใจก็เข้าไปดู Khan Academy สอนฟิสิกส์ วิทยาศาสตร์ สอนดนตรี สอนทุกอย่าง มันเป็นข้อดีของโซเชียลมีเดีย แต่ข้อเสียเพียงเล็กน้อย มันทำลายความน่าเชื่อถือทั้งหมด มันเป็นการสร้างให้เกิดความเข้าใจผิด สร้างให้เกิดความโน้มเอียง แล้วก็เกิดความเกลียดชัง

----- **เสียงดนตรี ช่วง coming up** -----

สุทธิชัย บางคนก็เหงๆ ไม่รู้จะทำอะไรดีเนี่ย ป่วนมันเลย

วันๆ มีแต่ขยะทั้งนั้น คุณจะให้เค้าเก็บขยะทันหรือ

บางสำนักบอกนักข่าวเลยนะว่า เงินเดือนของคุณ จะถูกกำหนดโดยจำนวน like

เบรค 3

----- **เสียงดนตรี เข้าเนื้อหา เบรค 3 สปอนเซอร์** -----

สุทธิชัย แต่ข้อเสียเพียงเล็กน้อย มันเป็นการสร้างให้เกิดความเกลียดชัง

สัญญา คือบางอันผมงงว่า ทำอย่างแนบเนียน แล้วก็รู้ว่าทำแล้วได้ประโยชน์อะไร ผมยกตัวอย่าง
สัญญา รายการเราโดนเอารูปแฮกรับเชิญที่มานั่งสัมภาษณ์ นั่งตรงนี้ ตรงที่คุณสุทธิชัยกำลังนั่งอยู่ แบล็ค
สัญญา กราวด์เป็นจอบเจาะใจ เอารูปไปลงในโซเซียล มีเพื่อนอย่างที่ว่า หมอคนนี้พูดในรายการเจาะใจว่า
สัญญา น้ำประปาถ้าคุณเอาไปหุงข้าวจะเกิดสารอะฟลอพิส (ออกเสียงมั่วๆ) กินแล้วตาย ต้องเอาไปแช่น้ำ
สัญญา ตุ่ม 1 วัน อย่าเอาไปหุงข้าว กินแล้วตาย แอร์กันอุตุละตุต ผมก็ไม่รู้ว่าแอร์แล้วใครได้ประโยชน์
สุทธิชัย (หัวเราะ) สะใจ ฉันททำได้ ฉันททำให้คนเชื่อฉันทได้ แล้วก็หมั่นใส่ไอ้หมอคนนี้ แล้วก็หมั่นใส่คุณตุ่ งามอยู่
สัญญา ได้ ไอ้ที่อยากให้ถามก็ไม่ถาม งามอะไรก็ไม่รู้ ฉันทมีอาวุธอยู่ในมือ
สัญญา เออใช่ คือมันก็เลยกลายเป็นความยิ่งใหญ่ที่สร้างให้กับตัวเอง
สุทธิชัย ถูกต้อง มันจะมีคนโรคจิตบางคนก็เข้าไปนั่งทั้งวัน เอ ฉันทไปทำอะไรให้มันปั่นป่วนสักหน่อยดีไหม
สัญญา ใช่ ทำเป็นเพื่อนที่สำนักข่าวก็มี
สุทธิชัย ใช่
สัญญา แปลว่าเราเชื่ออะไรไม่ได้เลยนะ
สุทธิชัย เชื่อไม่ได้เลยจริงๆ เพราะว่าบางคนเป็นมืออาชีพมาก คุณาเชื่อถือมาก แฝงไปด้วยเจตนาบางอย่าง
สัญญา บางคนก็รับจ้างทำ บางคนก็ทำด้วยความสะใจตัวเอง บางคนก็เหงาๆ ไม่รู้จะทำอะไรดี ป่วนมันซะ...
สัญญา สะใจดี แล้วทำแล้วคนโลศะยอะขึ้นเว้ย แสดงว่าคนเชื่อเรานี้หว่า มันก็จะยิ่งไปกันใหญ่ เพราะ
สัญญา สภาพจิตของคนเหล่านี้คือเค้าจะคิดว่ามีคนเชื่อกูแล้วเว้ย อยู่คนเดียวไม่เคยมีใครฟังกูเลย กูเข้าไป
สัญญา โซเซียลมีเดียกลายเป็นเทพเจ้า เป็นดาราละยอะ อันนี้ไงคือจิตวิทยามันเกิดจากโซเซียลมีเดียมันมีมาก
สัญญา ประเภท บางทีซิมเศร้า คือดูแล้วรู้สึกทำไมเพื่อนกูแอบปี้เหลือเกิน
สัญญา มันมีทุกอย่าง ฉันทไม่มีอะไรเลย
สุทธิชัย นี่คือซิมเศร้าเพราะโซเซียลมีเดีย บางคนก็อยากดัง ก็ถ่ายรูปลงไป เขียนเวอร์เอาไว้ก่อน
สัญญา จริงๆ เค้าได้ประโยชน์ด้วยใช่ไหม ถ้าเกิดคนเข้าไปดูในเว็บของเค้าเยอะ หรือในเพจของเค้าเยอะ
สุทธิชัย ได้ครับ อย่าง Youtube ได้สตางค์ด้วยนะครับ ถ้ามีคนเข้าไปดูเยอะ เค้าจะแบ่งกับคุณ แต่เค้าไม่ได้
สัญญา บอกว่าแบ่งเท่าไรนะ
สุทธิชัย ใช่ครับ เค้าบอกแต่ว่าคุณได้เท่านี้
สัญญา คุณอาจจะได้ 50 บาท เค้าอาจจะเอาไป 500 ก็ได้ ไม่รู้ แต่ว่ามันแสดงว่ามีรายได้
สัญญา ก็แปลว่ามีคนทำเพื่อให้ได้ยอดวิวอย่างเดียว ใครจะเป็นอะไร จะฉิบหายก็ไม่ว่ากัน
สุทธิชัย ไม่ว่ากัน
สัญญา แค่อวดวิวฉันทขึ้น เราต้องระมัดระวังอันนี้ และคุณสุทธิชัยกำลังบอกว่าวิธีตัดวงจรนี้ก็คือ ต้องไม่เชื่อ
สุทธิชัย ยิ่งมันดูดีเกินไปกว่าที่ควรจะมีอย่าไปเชื่อ หรือมันเลวร้ายกว่าที่ควรจะเป็น หนาวปากสันมีที่ไหน
สัญญา เมืองไทย (เสียงหัวเราะ) ดังนั้นคุณต้องเช็คก่อน หรือไม่คุณก็อย่าไปแชร์
สัญญา ถ้าเราตัดวงจรไม่ไปแชร์ต่อ เค้าก็ไม่มีอำนาจ
สุทธิชัย ไม่มีครับ ฉันทนั้นทั้งหมดนี้มันเกิดจากเทคโนโลยี ที่ผมเองเชื่อว่าเป็นประโยชน์ถ้าเราใช้ให้เป็น

- สัญญา ผมกำลังจะถามว่าถ้าเราเป็นสื่อแท้ดั้งเดิมที่ไปอยู่บนโซเชียลก็มีการเปิดตาม เช่น พาดหัวข่าวเกินจริง
ให้คนเข้าไปดูเว็บเราเยอะๆ เพจเราเยอะ อย่างนี้มันจะเป็นอย่างไรครับ
- สุทธิชัย มันก็เป็นอันตราย แล้วมันก็กลายเป็นว่าสื่อที่เป็นมืออาชีพ ก็กำลังถูกระแสของความต้องการให้มี
คนไลค์เยอะคนแชร์เยอะ ต้องการเรตติ้ง ต้องการมีรายได้จากการที่มีคนไลค์เยอะแชร์เยอะถึงขั้นที่
บางสำนักผมจะไม่เอ่ยชื่อนะ เค้าบอกเลยว่าเงินเดือนของคุณจะถูกกำหนดโดยจำนวนไลค์
- สัญญา โห...
- สุทธิชัย คุณลองคิดดูซิว่า นักข่าวจะเหลืออะไรครับ
- สัญญา มันเหมือนกับให้คุณโยนหลักการ จรรยา ทุกอย่างทิ้งหมดเลย เพราะคุณต้องการเพียงแค่อวดไลค์
ใส่ครับ ดังนั้นพาดหัวมันก็เลยจะหวือหวาเกินเหตุ
- สัญญา พูดอย่างไรก็ได้ให้คนกดเข้ามาดู ไม่งั้นไม่มีเงินเดือน ตายแน่เลย
- สุทธิชัย นี่แหละครับที่มันอันตราย ที่พวกเราในฐานะผู้สื่อข่าวต้องช่วยกันไม่ให้เกิดขึ้น เพราะถ้ามันเกิดขึ้นจริง
สำนักข่าวต่างๆ โดยเฉพาะที่ภาวะเศรษฐกิจเป็นแบบนี้ ในสภาวะที่การแข่งขันของสื่อที่วิดิจิตอลมัน
ร้ายแรงแบบนี้ ทุกคนก็หวังตัดช่องน้อยแต่พอตัว หารายได้ เอาตัวรอดไปก่อน มันก็เลยกลายเป็นว่า
นักข่าวมืออาชีพจริงๆ ก็เริ่มจะหวั่นไหว เพราะเหลือทางเลือกแค่ 2 ทาง คือคุณออกไปหรืออยู่ต่อให้ได้
ถ้าคุณอยู่ต่อคุณก็กลายเป็นพันธุ คุณก็ต้องยอมทำตาม ฉะนั้นอาชีพของคนทำข่าว ทำสื่อก็กำลังเจอแบบนี้
- สัญญา สิ้นคลอนมาก
- สุทธิชัย สิ้นคลอนมากเลยครับ
- สัญญา มีข้อมูลว่าหลายประเทศมีการบรรจุวิชาที่เรียกว่า Media literacy หรือการรู้เท่าทันมีเดียเหล่านี้ คุณ
สุทธิชัยมองเรื่องนี้อย่างไร ผมมองว่ามันกำลังกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต กลายเป็นว่าผมจะกลายเป็น
คนอย่างไรมันอยู่ที่ผมดูอะไรในโทรศัพท์
- สุทธิชัย ใช่เลยครับ แล้วตอนนี้ใน กสทช.เอง คณะกรรมการปฏิรูปสื่อที่ผมเป็นกรรมการอยู่ด้วย และใน
มหาวิทยาลัยต่างๆ กำลังจะมีวิชานี้ครับ...รู้เท่าทันสื่อ Media literacy ก็คือต้องตรวจสอบข่าว ต้องไม่
เชื่อในข่าว ต้องถามที่มาของข่าว แล้วต้องเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างข่าวที่น่าเชื่อถือได้ด้วย พวกเรา
ทุกคนต้องควรสร้างข่าวที่น่าเชื่อถือได้ทั้งสิ้น เพราะเทคโนโลยีมันเอื้อต่อการที่พวกเราเองไม่ว่าจะ
อาชีพอะไร คุณเป็นพยาบาล วิศวกร สถาปนิก คุณเป็นศิลปิน คุณมีเนื้อหาของคุณที่ตรวจสอบได้
เพราะคุณรู้ในเนื้อหาของคุณ
- สัญญา อ้อ เช่นเค้าทำข่าวปลอมเรื่องสุขภาพ แล้วคุณเป็นหมอปอดี้ คุณเข้าไปถามเค้าเลย คุณเอามาจากไหน
เพราะผมรู้
- สุทธิชัย ใช่ หรือถ้าผมไม่รู้เพื่อนผมก็รู้ เรื่องนี้ผมเช็คกับเพื่อนผมแล้ว
- สัญญา คือถ้าเราทำแบบนี้ เค้าเสรีจนะ
- สุทธิชัย เสรีจรับ นี่คือทางแก้ที่ได้ผลที่สุด การรุกโดยประชาชนพวกเราที่เป็นเจ้าของสื่อร่วมกัน แล้วเราก็
จะทำให้ให้นักข่าวมืออาชีพเค้าอยู่ได้ด้วยจรรยาบรรณ มิฉะนั้นพวกเขาจะกระแสดความอยู่รอด ไม่งั้นพวก

เขาจะไปหมดเลย คุณจะไม่มีคนเฝ้าประตูอีกต่อไป คนเฝ้าประตูซึ่งน้อยอยู่แล้ว ในขณะที่ประตูมันมีอยู่
มาก อย่างน้อยที่สุดเนี่ยเราก็พึงหวังว่ายังมีสารวัตรเดินตรวจบ้างนะ

สัญญา (หัวเราะ) ตอนนี้อสารวัตรไม่มีจะกินแล้ว

สุทธิชัย อย่างปล่อยให้สารวัตรทำงานอยู่เพียงกลุ่มเดียว เขาจะเหนื่อย สมมติทุกคนโยนข้าวปโลมเข้ามา วันๆ
มีแต่ขยะทั้งนั้นเลย คุณจะให้เค้าเก็บขยะทันหรือ ไม่มีทาง ดังนั้นทุกคนต้องช่วยกันเก็บขยะ ช่วยกวาด
ล้าง แล้วมันก็จะเป็นเวทีที่เป็นประโยชน์กับเรา ลูกหลานเรา เพื่อนเรา และทุกคนที่เกี่ยวข้อง ใช้มันให้
เป็นประโยชน์ ผมถึงบอกว่าให้ความรู้ก็ได้ ทำลายความดีก็ได้ ทำลายความถูกต้องก็ได้ ให้กำลังใจคนก็
ได้ เหมือนที่ ตูน บอดี้สแลม วิ่งเนี่ย โซเชียลมีเดียช่วยมากเลย ถ่ายทอดสดเยอะเลยเห็นไหม ช่วยใน
สิ่งดีๆ ให้มันได้เกิด ช่วยให้เกิดการระดมทุน ประชาชนมีส่วนร่วม นี่คือข้อดีมหาศาล ทำความดีแล้ว
โซเชียลมีเดียช่วยให้ผลเป็นร้อยเท่าพันเท่า แต่เวลาทำชั่วมันก็ให้ผลเป็นร้อยเท่าพันเท่าเหมือนกัน

สัญญา ผมเชื่อว่าถ้าได้ฟังแบบนี้แล้ว คุณผู้ชมจะเข้าใจว่าสิ่งที่ท่านชม บางครั้งท่านก็ร่วมไปกับเค้าด้วย ไปช่วย
แชร์ ไปช่วยออกความเห็น ไปช่วยเชียร์ ภาพจริงๆ มันมาจากอะไรอย่างไร สุดท้ายครับ คำถาม
สุดท้ายที่จะเตือนใจทุกคนที่กำลังจะเปิดจอโทรศัพท์ ไอแพด อะไรก็แล้วแต่ จะท่องจำอะไรไว้บ้าง เรา
จะได้ไม่ไปเป็นกลไกของเค้า

สุทธิชัย หนึ่งอย่าเพิ่งเชื่อ สองตรวจแหล่งที่มา สามตั้งคำถาม สี่เช็คกับคนที่เรารู้ว่าน่าจะรู้เรื่องนี้ดี เพื่อจะ
ช่วยกันทำให้ข่าวทั้งหลายแหล่...หนึ่งหยุดข่าวลอก สองเสริมข่าวดีเข้าไป ผมเชื่อว่าจะทำให้พวกเรา
ทุกคนได้ประโยชน์ที่แท้จริงจากโซเชียลมีเดีย แล้วผมเชื่อว่าไม่ใช่แค่นี้ครับ มันจะมีเทคโนโลยีใหม่ AI
ก็จะเข้ามา ใ้เนี่ยเทคโนโลยีเลือกให้เรา คุณดูกับผมจะตงงานเพราะว่ามีแล้วนะไอ้หุ่นยนต์ที่อ่านข่าว
เป็นพิธีกรได้ เราบ่อนคำถามเข้าไปนะ มันหล่อกว่าเราเลยละ เสียงจะทุ้มอย่างไรก็ได้

สัญญา คือผมกลัวอย่างนี้ ด้วยโลกโซเชียล สมมติว่ามันสัมภาษณ์ที่ มันรู้จักที่ทุกเรื่อง ผมยังไม่รู้

สุทธิชัย เผลอๆ รู้มากกว่าเจ้าตัวอีกด้วยซ้ำ

สัญญา ใช่ นอกจากแง่มุมในการถาม มันรู้ด้วยว่าคนดูสิบล้านคนเค้าอยากรู้อะไรของสุทธิชัย หย่น

สุทธิชัย ถูกต้อง มันจะเก่งกว่าเรา เพราะเราไม่สามารถไปหาข้อมูลได้ขนาดมัน ผมเตือนอีกข้อหนึ่งพอใกล้ถึง
ช่วงที่จะใกล้การเลือกตั้ง มันมี AI ที่มันสามารถบอกได้เลยว่าคุณมีความโน้มเอียงชอบหรือไม่ชอบ
อะไร สีอะไร เพราะคุณเคยขึ้นรูปบ่อยๆ โพสต์เรื่องนี้ แล้วคุณก็คอมเมนต์ ไอ้ AI มันจำได้หมดเลย
ดังนั้นผมเตือนทุกคนว่าให้ระวังให้ดี

สัญญา คุณกำลังจะเจออะไรแปลกใหม่

สุทธิชัย คุณกำลังจะเจออะไรที่มันเหมือนไร่เดียวสามากเลย เป็นรูปวิวาสวยๆ เป็นภาพยิ้มๆ มา แต่มันก็บ่อนให้
เราเห็นว่าคนนี้น่าจะดีกว่าอีกคนนะ มันจะค่อยๆ มาข้อมูล แล้วมันไม่ได้มาจากแหล่งเดียวนะมันจะ
มาจากหลายๆ ทิศทาง โดยไม่รู้ตัวด้วย เพราะเราเห็นรูปนี้ เราไปโยงถึงรูปนั้น โยงไปถึงเรื่องนี้ แล้ว
มันจะทำให้เราเปลี่ยนความคิดเราโดยไม่รู้ตัว ดังนั้นตรวจสอบ เช็คข้อมูล แล้วก็อย่าดูเฉยๆ แล้วสนุก
กับมันเฉยๆ ให้ถาม ตั้งคำถาม เอ๊ะ ทำไมมันมาบ่อย แล้วมันทำให้เราสนุกด้วยนะไอ้การตั้งคำถาม

มันทำให้เราฉลาดขึ้น แล้วเราจะรู้ทันโซเชียลมีเดีย ทำให้เราตัดสินใจอะไรถูกต้อง และเป็นประโยชน์กับเราด้วย

สัญญา จากการคุยกับพี่นะครับ ผมรู้เลยว่ามืออย่างหนึ่งที่จะเปลี่ยนผมไปตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป ผมจะไม่ได้เฝ้าเสาโซเชียลมีเดียอีกแล้ว

สุทธิชัย (ปรบมือ หัวเราะ) สดุดียอด

สัญญา เราจะไม่ได้เฝ้าเสา โตะๆ กันแล้ว เป็นผู้ใหญ่อันแล้ว ต้อง active แล้วก็ต้องทำ 4 ข้ออย่างที่บอก

สุทธิชัย เช็คก่อนแฮร์

สัญญา อย่าไปเป็นเครื่องมือของใคร ขอบคุณมากครับ เรื่องราวดีๆ จากพี่สุทธิชัย หย่น ครับ ขอบพระคุณ และเป็นเกียรติกับรายการสูงมากครับ (ปรบมือ ยกมือไหว้ขอบคุณซึ่งกันและกัน)

สุทธิชัย ขอบคุณครับ

สัญญา ไม่ต้องบอกนะครับว่าจะเจอพี่เค้าได้ที่ไหนบ้าง เจอได้บ่อยๆ ในโลกโซเชียลนี่แหละ พักสักครู่แล้วกลับมาพบกับช่วงของคอลัมน์นี้สัปดาห์ครับ

----- เสียงดนตรี ปรบมือ จบ -----

ตอนที่ 3: รู้ทัน...ละคร

แขกรับเชิญ สันต์ ศรีแก้วหล่อ

เบรค1

-----ดนตรี / เสียงปรบมือ-----

สัญญา สวัสดีครับ ท่านผู้ชม ขอต้อนรับสู่รายการเจาะใจครับ วันนี้เนื้อหาของรายการยังอยู่ในแคมเปญที่เราให้ชื่อว่า “เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน” เป็นความร่วมมือกันระหว่างรายการเจาะใจ กับ กสทช. ที่อยากจะให้ท่านผู้ชมที่เสฟสื่อทุกชนิดทุกประเภท ที่ทุกวันนี้มีหลากหลายมาก และดูแลควบคุมได้อย่างยากลำบากมากที่สุดทีเดียว ดูอย่างเข้าใจและรู้เท่าทันกัน วันนี้เป็นเรื่องราวของ “ละคร” ครับ รายการโทรทัศน์ที่อยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน เราได้รับความบันเทิง สนุกสนาน พักผ่อน ดีใจ เสียใจ ตื่นเต้น ทุกอย่างก็อยู่ในละครทั้งสิ้น แต่เค้าว่ากันว่าละครนอกจากจะให้ความบันเทิงแล้ว ยังสะท้อนสังคมหรือไปถึงการชี้นำสังคม รวมไปถึงสร้างค่านิยมในสังคมได้อีกด้วย วันนี้แขกรับเชิญของเราเป็นู้กำกับละครมือรางวัลเลยทีเดียว มีผลงานละครมากมาย เอาเฉพาะเรื่องของปีที่แล้วที่ได้รับความนิยมมากก็คือเรื่องพิษสวาท ล่า และเมีย 2018 รายการเจาะใจขอต้อนรับ คุณสันต์ ศรีแก้วหล่อ ครับ

----- เสียงปรบมือ เฮ คุณสันต์เดินมากลางเวที-----

สัญญา สวัสดีครับ

สันต์ สวัสดีครับ (เสียงเฮ)

สัญญา เตี่ยวๆ นี่แสดงว่าเป็นแฟนละครเค้าเลยใช่ไหม คือได้ดูผลงานมาเยอะ แต่ไม่รู้หรอกว่า “อ้อ อีตาคนนี่นี่เอง” (หัวเราะ) คนนี้คือผู้กำกับละครที่หลายๆ ท่านติดตามชมกันอยู่ วันนี้ขออนุญาตคุยเรื่องประสบการณ์ต่างๆ ได้เห็นภาพรวมของละครที่เราได้ดูอยู่ว่ามาจากไหน อย่างไร จะได้เข้าใจกัน เพราะมีคนพูดว่า “ละครนี่ดีนะ สนุก ผ่อนคลาย พักผ่อน” บางคนก็บอกว่า “ไม่ดีนะ อย่าให้ลูกดู เตี่ยวลูกเป็นโน่นนี่”

สันต์ (หัวเราะ)

สัญญา โดยรวมในฐานะที่คุณที่เป็นทั้งคนดูละคร และคนทำละคร มองอย่างไร แบบว่าเอาภาพรวมกว้างๆ ก่อนเลย

สันต์ ก็ต้องดูอย่างมีสติ ต้องแยกให้ออกว่าโลกละครกับโลกความเป็นจริง บางทีมันไม่เหมือนกัน

สัญญา และบางเรื่องก็อาจไม่เหมือนโลกความเป็นจริงด้วย

สันต์ ใช่ ก็อาจจะเหนือจริงหน่อย เกินจริงหน่อย เพื่อท้ายที่สุดแล้ว เป้าหมายหลักของการทำละคร ก็คือความบันเทิง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจจากความเครียดจากการทำงานมาทั้งวัน หรือการหาเช้ากินค่ำ อะไรก็แล้วแต่ แต่พอมันมาอยู่ที่นี่ก็คือ เพลินๆ ไป

สัญญา คุณสันต์อยู่ในวงการละครมากี่ปีแล้วครับ

สันต์ น่าจะเกือบๆ 20

สัญญา อ้อย 20 เลยหรือ (เสียงอู้หู) เรื่องแรกเรื่องอะไร

สันต์ เรื่องแรกน่าจะประมาณปี 44

สัญญา จบอะไรมาถึงมาเป็นผู้กำกับได้ครับ

สันต์ ความจริงไม่ได้จบทางด้านนี้เลย แต่เผอิญว่าตั้งแต่ตอนเด็กๆ ไปอยู่ชมรมละครของโรงเรียน จากละครเวทีโรงเรียน ก็กลายมาเป็นละครเวทีมหาลัย แล้วก็กลายเป็นพวก ถ้าเป็นสมัยก่อนที่เค้ามีละครเวทีตามโรงแรม

สัญญา มณเฑียร

สันต์ มณเฑียร เรื่องแรกผมทำเรื่องที่พักผ่อนด้วยครับ

สัญญา จริงปะ ตอนนั้นทำในตำแหน่งอะไร

สันต์ Backstage ครับ

สัญญา แสดงว่าอยู่ในหลากหลายตำแหน่งของทั้งละครเวที ถึงละครโทรทัศน์

สันต์ ใช่ครับ

สัญญา ตอนนี้ถ่ายทำเรื่องอะไรอยู่ครับ

สันต์ ตอนนี้อยู่ที่ใกล้จะเสร็จแล้วก็คือเรื่องกลิ่นกาสะลอง เป็นละครทางเหนือๆ หน่อย มีย้อนยุคกับปัจจุบัน สลับภาพ สลับชาติกันหน่อย มีฝาแฝดอะไรอย่างนี้

สัญญา กาสะลอง คืออะไร

สันต์ กาสะลอง คือ ดอกปีบ แต่เป็นภาษาเหนือ

สัญญา อ้อ

สันต์ จริงๆ ก็จะมีเปิดอีกเรื่อง เป็นเรื่อง ฤกษ์สังหาร เป็นเรื่องรุนแรงหน่อย
สัญญา เทียบกับล่า
สันต์ ไม่ได้โหดแบบล่า แต่เป็นเรื่องทางสังคมและการเมืองพอสมควร เป็นเรื่องหมอดู ทำเรื่องเปลี่ยนดวงเมือง
สัญญา อ้อ... เหรอ นี่คุณจะทำเมื่อไร
สันต์ เปิดกล่องมกราคม
สัญญา เค้าจะเลือกตั้งกันใหม่ อะไร อย่างไร
สันต์ (หัวเราะ) มันเป็นนวนิยายที่มีมาอยู่แล้ว
สัญญา ก็คอยติดตามกันต่อไป เชิญนั่งครับ คุณสันต์ ครับ

----- **ปรบมือ เดินไปนั่ง** -----

สัญญา คนที่ชอบและรักในแวดวงละคร ขนาดไปเข้าชมรม ทำอยู่ต่อเนื่อง คุณทำเบื้องหลังอย่างเดียว หรือคุณ
ทำเบื้องหน้า ไปเล่นกับเค้า ไปแสดงด้วยไหม
สันต์ ไปแสดงแบบว่าน้อยๆ (ทำเสียงสูง) คือล่า เวอร์ชันฟังก์ด
สัญญา สุพล วิเชียรฉาย ?
สันต์ เนื่องจากมีรุ่นพี่เป็นผู้ช่วยผู้กำกับ แล้วตอนนั้นทำละครเวทีด้วยกัน รุ่นพี่เลยให้ไปแคสต์
สัญญา คุณเล่นเป็น ?
สันต์ ลิเกบ้ำครับ คือในเรื่องมันดันมีลิเกไปเห็นการช่มชื่น แล้วทางฝั่งนางเอก ทนายจะมาเอาไอ้ลิเกไปเป็น
พยาน แต่ท้ายสุดก็ไปบ้าในศาล อะไรอย่างนี้ ก็เป็นคนวิกลจริตไป
สัญญา อ้อ ฝั่งนางเอกก็เลยเสียเปรียบไป
สันต์ ก็เสียเปรียบไป
สัญญา ประสบความสำเร็จดีไหมครับ
สันต์ หลังจากนั้นก็ไม่ได้เล่นอีกเลย

----- **หัวเราะ** -----

สัญญา สงสัยอยู่เบื้องหลังดีกว่า
สันต์ น่าจะเป็นอย่างนั้น
สัญญา ที่บอกว่าเป็นคนรักในวงการนี้ คงเป็นคนที่คุณละครมาตลอดด้วยตั้งแต่คุณยังไม่ได้เป็นผู้กำกับ
สันต์ ก็เติบโตมากับโทรทัศน์บ้านเรานี่แหละครับ
สัญญา นั่นแหละ ผมเคยมองว่าคุณจะเห็นความเปลี่ยนแปลงบ้างไหม 20 ปีที่ผ่านมาจนถึงวันนี้
สันต์ ตอนที่เป็นคนดู เราคงไม่วิเคราะห์นะว่าอะไรเป็นอะไร เราก็ดูแบบเพลิดเพลินไปเรื่อยๆ แล้วก็ตามยุค
สมัยตามวัยอะไรก็ว่าไป แต่พอมาเป็นคนทำ มันถึงต้องมานั่งวิเคราะห์กันมากหน่อยว่า ในท้ายที่สุดแล้ว
ต่อไปเราต้องทำอะไรให้มันประสบความสำเร็จ มีคนดูนิยม อะไรอย่างนี้ครับ
สัญญา ในการวิเคราะห์คุณเห็นอะไรบ้าง วิเคราะห์มาเลย
สันต์ ล่าสุดคือ ปัจจุบันคนดูใจร้อนขึ้น เริ่มเรื่องไปประมาณ 10 นาที ต้องรู้เลยว่าฉันกำลังดูเรื่องอะไร เรื่องมัน
จะไปต่ออย่างไร มีจุดอะไรให้ฉันตามมันแค่นั้น

สัญญา ถ้าเทียบกับสมัยก่อนล่ะ
สันต์ ผมว่าสมัยก่อนมันจะมีความเซ็งเซ็งเอ๋อยู่ประมาณหนึ่ง สมัยก่อนเราจะเห็นละครเปิดเรื่องมาก็ตื่นเช้า อาบน้ำ แปรงฟัน
สัญญา อ้อ ไม่รีบ
สันต์ อาบน้ำ แปรงฟัน ทำอะไรไม่รู้ อึ้งอึ้ง มีความสุข มี voice over พูดไปเรื่อยๆ ว่าฉันอย่างนี้ อย่างนั้น ผมว่ามันก็ตามวิถีชีวิต เสรีไป 10 นาที 1 เบรค ผลอๆ เรายังไม่รู้เลยว่าละครเรื่องนี้เป็นแนวไหน แต่ ณ พ.ศ. นี้ไม่ได้ 10 นาทีแรกถ้าละครของคุณออกมา แล้วไม่มีอะไรให้ติดตาม โครมคราม ให้เห็น เอาอย่างไรก็เอาไม่อยู่
สัญญา มีอื่นๆ อีกไหม.... ความแตกต่าง ?
สันต์ บางทีมันอาจจะใช้คำว่าต้องการความสมจริงมากขึ้น (หัวเราะ)
สัญญา ถ้าอย่างนี้ผมหาแง่ดีก่อนนะ ถ้าเป็นนางเอกไม่ว่าจะทำอาชีพอะไร อยู่ในสภาพไหน จะสวยสดงดงาม ไม่โทรม ไม่หน้าโสด
สันต์ ใช่ๆ
สัญญา เดี่ยวนี้จะแต่งหน้าธรรมชาติเยอะขึ้น
สันต์ เวลานอนจะไม่ติดขนตา ปิดแก้ม อะไรอย่างนี้
สัญญา อันนี้คือฝั่งที่จะเรียกว่าเป็นการพัฒนาที่ได้ เพราะมันใกล้ความเป็นจริง แล้วอื่นๆ ละครับ
สันต์ วิธีพูด คำพูดคำจา มีหลุดหายมาบ้าง น้อยมากที่สมัยก่อนจะพูดกุ่มึง
สัญญา อย่างมากก็...แกข้า
สันต์ เอ็ง.. ข้า อะไรอย่างนี้ (หัวเราะ)
สัญญา เดี่ยวนี้จะใกล้ความจริง
สันต์ สมัยก่อนก็อาจจูปในมุกกล้อง (หัวเราะ)
สัญญา อันนี้จริง ได้ข่าวว่าละครเดี๋ยวนี้ต้องจูปจริงแล้ว
สันต์ จูปจริงแล้วครับ
สัญญา แล้วจะย้อนกลับไปไม่ได้ด้วยนะ ของแบบนี้ เช่นมีคนทำละคร 3 เจ้า 4 เจ้า 10 เจ้า “เฮ้ย เจ้าไอ้สันต์มันจูปจริงไว้ย เราต้องเอาด้วย” แล้วไม่ลดราคาศอกกันด้วย
สันต์ บางทีนับกันเป็นวิด้วยนะครับ (หัวเราะ) เจ้านี้มัน 5 วิ ฉับ 10 วิ
สัญญา ไอ้เรื่องนั้นมันคากันอยู่ 10 วิแล้วไว้ย มันเป็นอย่างนั้นแล้วใช่ไหม เพราะมันกึ่งๆ แข่งขันทางธุรกิจกัน สภาพมันเป็นอย่างนั้น ความเป็นจริงมันเป็นอย่างนั้น
สันต์ ใช่
สัญญา แต่เตะต๋อยยังไม่จริงใช่ไหม ไม่เงิ่นดาราตาย
สันต์ อันนี้ไม่ได้ครับ
สัญญา ความทันสมัยในด้านอุปกรณ์ จะดีขึ้นไหม

สันต์ ในเชิงโปรटकซ์ เทคโนโลยี มันดีขึ้นกว่าแต่ก่อนแน่ๆ อยู่แล้ว การถ่ายทำได้เวลาและงบประมาณมากขึ้นกว่าแต่ก่อน เพราะฉะนั้นผลงานที่ออกมา ผมว่าไปดูละครบางเรื่อง ผมว่าเทียบเคียงกับหนังบางเรื่องได้

สัญญา เรื่องที่ห้วงคนดู เค้าจะถามว่าเนื้อหาเรายังย่ออยู่กับที่ไหม ยังทะเลาะเบาะแว้ง รัก... ไม่รัก ตบตีแย่งมรดก แม่ผิวลูกสะไภ้ ยังเป็นเรื่องอะไรแบบนี้ไหม?

สันต์ โดยโครงใหญ่ๆ ผมว่ามันมีแบบนั้นยังค่อนข้างเยอะอยู่ แต่ว่ามันก็ถูกเล่าในมุมมองที่เปลี่ยนไปพอสมควร มันก็แล้วแต่ว่าผู้กำกับหรือผู้จัดเจ้านั้นๆ ที่เค้าจะไปหาวิธีพลิกที่จะเล่าเรื่องนั้นๆ โดยส่วนตัวสำหรับผม ผมรู้สึกว่าการปัญหาครอบครัว พูดถึงเรื่องความรัก หรืออะไรก็แล้วแต่ในความรู้สึกของผม ผมไม่ได้รู้สึกว่ามันเสียหาย

-----ดนตรี- / ช่วง coming up -----

สันต์ เราก็ตองตีกะทะตังๆ ตบโตะตังๆ เพื่อให้หันมาดูละคร

สัญญา พี่ก็จุกจิก โอ้โห ทั้งเบรคยังไม่เอาปากออกเลย อะโรยแบบนี้ ผ่านไป 10 นาที พี่ยังจุกอยู่เลย (หัวเราะ)

เบรค 2

-----ดนตรี / sponser-----

สันต์ ถ้าสมมติปัญหาครอบครัว พูดถึงความรัก พูดถึงเรื่องอะไรแบบนี้ ความรู้สึกผม ผมไม่ได้รู้สึกว่ามันเสียหาย ถ้าในการทำออกมานั้นมันมีประเด็นที่ดี หรือการขึ้นนำที่ดี ถ้าแบบนี้ผมไม่ติดอะไร

สัญญา ขึ้นนำที่ดีคืออะไร สมมติว่าเรื่องมีชู้เลย

สันต์ เอาเรื่องที่ผมทำ เมีย 2018 สามมีน้องเมียเป็นเมียน้อย ละครเรื่องนี้มันสอนทุกกระบวนการ ทีละสเต็ปของการเกิดปัญหา เช่น สมมติว่าตอนแรกสามีภรรยาอยู่ด้วยกัน 2 คน มีลูก ก็จะไม่เกิดอะไรเลยถ้าไม่มีน้องเมียคนนี้เข้ามาในชีวิต แล้วน้องเมียคนนี้เข้ามาแล้วก็เกิดการเปรียบเทียบระหว่างผู้ชายที่เห็นน้องเมียบอกกับเมียของตัวเอง ok มันก็ย่อมมีความแตกต่าง ความสวยรยัญจวนใจแตกต่างกันไป มันก็ทำให้ผู้ชายคนนี้นั่นไหว ผมว่ามันก็เป็นข้อหนึ่ง ช่วงหนึ่ง ซึ่งในชีวิตถามว่ามีไหมคนแบบนี้ ผมก็ว่ามีนะ

สัญญา คุณมีน้องเมียใหม่ (หัวเราะ)

สันต์ (หัวเราะ) มีน้องเมียครับ แต่คิดว่าไม่น่าจะเกิดอะไร

สัญญา ok สมมติว่าเนื้อหาซึ่งรักหักสวาท เป็นเรื่องในครอบครัวเนี่ย เป็นเรื่องที่ถูกนำมาทำตั้งแต่โบราณกาลแล้ว เป็นพิมพ์นิยม คุณก็บอกว่าไม่เสียหายหรอก มันอยู่ที่มุมมองของการทำแต่ละครั้งว่าคุณมีมุมมองอย่างไร คุณสอดแทรกประเด็นอะไรเข้าไปบ้าง

สันต์ ใช่ครับ คือทำที่สุดคนทำควรจะมีประเด็นในใจที่อยากจะบอก อะโรยอย่างนี้ครับ เช่นเรื่องนี้อยากจะบอกอะไร อยากจะพูดอะไร แล้วก็อยู่ที่จรรยาบรรณของตัวเองว่าทำที่สุดเราจะไม่ทำร้ายสังคม อะโรยอย่างนี้ครับ

สัญญา ผู้กำกับส่วนใหญ่เป็นอย่างนั้นไหม

- สันต์ อางจะไม่ทั้งหมด คือในแง่ของละคร ทำยที่สุ่มมันอยู่ได้ด้วยเรตติ้งและโฆษณา ถ้าไม่มีโฆษณาละครก็อยู่ไม่ได้
- สัญญา และโฆษณาจะมาจาก
- สันต์ โฆษณาก็มาจากเรตติ้ง เอเจนซีโฆษณาก็จะดูแต่เรตติ้งเท่านั้น
- สัญญา แล้วทำอย่างไรให้มีเรตติ้งมันสูง
- สันต์ ก็ทำอย่างไรให้คนดูมาชม เราก็ต้องตีกะทะต่างๆ เราต้องตบโต๊ะต่างๆ เราต้องตะโกนต่างๆ เพื่อให้คนที่รีดผ้าอยู่ ทำกับข้าวอยู่ ทำโน้นทำนี่อยู่หันมาดูละคร
- สัญญา สมมติถ่ายชีวิตคนๆ หนึ่ง เดินไปทำงาน- กินข้าว -กลับบ้าน- นอน กับถ่ายอีกคนหนึ่งอีกช่องหนึ่ง เดินไปตบกับอีนี้ ทะเลาะกับอีนั้น เดินไปจูบกับคนโน้น เดินไปเตะกับคนนี้ คนดูจะดูช่องไหน
- สันต์ (หัวเราะ) โชครึบ
- สัญญา เมื่อเราเข้าใจโลกนี้ เราจะรู้แล้วว่าละครเรื่องนี้กำลังทำอะไรอยู่ ถ้าเขาทำมากเกินไป เราก็ต้องเข้าใจว่าเราเป็นผู้พิจารณาในฐานะคนดู ไม่ใช่ก็จูบจิ้ง (หัวเราะ) ทั้งเบรคยังไม่เอาปากออก มันก็เยอะเกินไป
- สันต์ สำหรับคนอื่นผมไม่รู้ แต่สำหรับผม ถ้าเป็นการจูบจริง ผมจะทำแค่ให้รู้ว่ามี แต่อันนี้ก็สองทางนะพี่ ถ้าสมมติว่าผมไปอยู่กับนักแสดงที่เค้า ok ผมก็ ok แต่ถ้าไปอยู่กับนักแสดงที่ขอว่าอันนี้ไม่ ok ผมก็ไม่เป็นไรก็ไม่ทำ
- สัญญา ผมกำลังสงสัยว่า ไอ้เทรนด์แบบนี้มันบังคับผู้กำกับไหม เหลือคุณเรื่องเดียวแล้วนะที่ไม่เอาปากประกบกัน
- สันต์ แต่ในส่วนตัวผม ก็คือว่า ผมจะเลือกสถานการณ์ที่คิดว่ามันเหมาะสมสุดจริงๆ ผมก็จะทำ แต่ถ้าในบางฉากรู้สึกไม่เห็นจำเป็นเลย แค่กอดๆ กันแล้วก็ล้มหลุดเฟรมไปก็ได้ ผมก็มีแบบนี้บ่อยพอสมควร เพราะฉะนั้นผมว่ามันอยู่ที่การชั่งของแต่ละคนด้วย
- สัญญา แล้วมีผลกับคุณไหมครับ
- สันต์ ก็มี
- สัญญา ก็ยอมรับว่ามี
- สันต์ มี แต่ว่าเราก็ต้องอยู่ในมาตรฐานตัวเอง คือเราก็ไม่สามารถไปตามเทรนด์หรือตามเค้าได้ตลอด ไม่งั้นมันก็จะเสียความเป็นตัวเอง
- สัญญา มีละคร 2 เรื่องที่อยากจะฟังมุมมองของคุณ ทั้งในฐานะคนทำด้วยนะครับ และในฐานะคนชม ในฐานะของผู้ปกครอง ในฐานะของผู้ดู เอาให้ครบ
- สันต์ (หัวเราะ)
- สัญญา ก็คือ 2 เรื่องที่เป็นที่ฮือฮา เรื่องหนึ่งก็คือของคุณนี่แหละ เมีย 2018 กับอีกเรื่องก็คือบุพเพสันนิวาส ปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นละครที่สร้างกระแสเยอะแยะมากมาย ในมุมมองของคุณก่อนว่าคุณรู้สึกอย่างไรบ้างสังคมได้อะไรจาก 2 เรื่องนี้ครับ

- สันต์ บุปเพสันนิवास ผมไม่ได้ดูทั้งหมดนะครับ อย่างน้อยผมว่าบุพเพสันนิวาสนี้ทำให้คนดูให้มาดูโทรทัศน์มากขึ้นมั้ง ก็คือมีคนกลุ่มหนึ่งก็สนใจประวัติศาสตร์ตามบุพเพสันนิวาสไป ไม่ว่าจะแค่การแต่งกายถ่ายรูปหน้าโบราณสถาน หรือการจะไปศึกษาต่อ ผมว่านี่เป็นแง่ดีที่มันเกิดขึ้น
- สัญญา คุณวิเคราะห์ความสำเร็จของเค้าให้ฟังหน่อยครับ
- สันต์ ในแง่หนึ่ง ผมคิดว่าตอนที่ทำ คนทำก็ไม่ทราบหรอกพี
- สัญญา ผมเคยอ่านสัมภาษณ์ครับ เค้าก็ไม่รู้จริงๆ คนทำก็ไม่ทราบว่ามันจะดังอย่างนี้ (หัวเราะ)
- สันต์ (หัวเราะ) คือมันมีองค์ประกอบหลายอย่าง ด้วยจังหวะเวลา
- สัญญา หมายความว่าความลงตัวของจังหวะเวลา
- สันต์ ใช่ครับ สมมติว่าปัจจุบัน ณ เวลานั้น ละครมีแต่ชิงรักหักสวาท แต่อันนี้แหวกมาเรื่องเดียว มีย้อนอดีตกับปัจจุบันแบบเก๋เก๋ คนนี้ตายแล้วไปเกิดเป็นคนร้าย แล้วมาใช้ชีวิต มีตกลงกับวิญญาณท้ายที่สุดก็รักกัน ไม่สามารถกลับไปปัจจุบัน ผมว่าพล็อตมันแปลกในจังหวะเวลาที่มา
- สัญญา ที่เหมาะสม
- สันต์ ครับ แล้วก็ได้อ.ศัลยา มาเขียนบท ผมก็ว่านั่นกระปี่มือหนึ่งอะ
- สัญญา ผมอยากให้มันมีแบบนี้มาหลายๆ เรื่อง ไม่ใช่เป็นละครแบบนี้ละ แต่หมายถึงเป็นปรากฏการณ์ที่คนไทยชอบดูละคร แล้วเป็นละครน้ำดี ไม่มีพิษมีภัยด้วย
- สันต์ คนทำก็อยากให้มันเยอะมาก (หัวเราะ)
- สัญญา ก็อยากให้คนทำได้มีกำลังในการทำละคร ละครน้ำดีก็มีเรทติ้งได้ นั่นคือส่วนหนึ่ง แล้วสำหรับเมีย 2018 อะไรมันลงตัวพอดี มันถึงกลายเป็นกระแส
- สันต์ ผมว่า เมีย 2018 มันอาจจะแหวกเรื่องสามมีเมียน้อยกว่าเรื่องอื่นๆ ตรงที่ว่าเราเล่าเรื่องของผู้หญิงที่เป็นเมียหลวง เป็นตัวเอกของเรื่อง แล้วท้ายที่สุดเค้าฮึดสู้ขึ้นมา ไม่ได้สู้เพื่อแย่งผู้ชายคืน แต่สู้เพื่อเอาชีวิตอยู่ต่อไปว่า แล้วเมื่อถึงจุดหนึ่งเค้าก็เจอผู้ชายคนใหม่ที่รักเค้า เหมาะกับเค้า ตีกับเค้าอะไรอย่างนี้ครับ ผมว่ามันไปคนละครดับละครเมียน้อยกว่าเรื่องอื่นๆ เพราะละครเมียหลวงเมียน้อยต่างๆ ไป ท้ายที่สุดเรื่องมันมักจะกลับมาที่ให้อภัย แล้วก็เกื้อกูล รักษาความเป็นครอบครัวอยู่กันไป แต่เรื่องนี้นั้นดันพาไปอีกทาง คือมันมีทุกสแต็ปของชีวิตคู่ ตอนทำตัวเองในใจก็อยากจะบอกกับชายหญิง หนุ่มสาวยุคใหม่ๆ ที่ฝันอยากมีครอบครัว บางคนฝันอยากมีครอบครัว แล้วก็มึลुकน่ารักๆ แล้วก็มาถ่ายรูปโปสการ์ดเพื่อแบบว่า...จิ้งจิงๆ
- สัญญา ว่ามันไม่่ง่ายอย่างนั้น นี่คือการสะท้อนสังคมของละคร
- สันต์ ใช่ครับ
- สัญญา แล้วถ้ามีคนบอกว่า ละครไม่ได้สะท้อนแค่สังคม มีผลโดยตรงใหม่ที่จะทำให้สังคมมีทัศนคติต่างๆ แบบนี้ แบบนี้ คุณคิดว่ามีผลไหมครับ
- สันต์ 50:50 ครับ (หัวเราะ) สมมติว่าย้อนกลับไปสมัยที่ผมทำละครยุคแรกๆ นะครับ จริงๆ โดยภาพรวมของวงการบันเทิง ไม่ว่าจะละคร...เพลง...หรือจะหนัง อาจจะมีผลกับคนดูประมาณหนึ่งอะไรแบบนี้ การแต่งตัวเลียนแบบ มีการทำอย่างนั้นเลียนแบบ ชอบอย่างนั้นอย่างนี้ตามละคร ผมคิดว่าปัจจุบันละคร

มันไม่ได้มีพลังมากขนาดนั้น เห็นแล้วคุณอาจจะชอบก็ได้ แต่ว่ามันก็ต้องมีใครมาสะกิดเตือน หรือตัวเองมาบอกว่า มันไม่ใช่หรอก สำหรับคนบรรลุนิติภาวะ แต่สำหรับเด็กไม่แน่ คือเด็กแยกไม่ออกว่าอะไรคืออะไร อันนี้ก็เป็นเรื่องที่ต้องระวัง ในฐานะคนทำ เราก็จะระวังกันประมาณหนึ่ง ว่าละครฉันอยู่เรทไหน ฉันทำละครให้คนทั่วไป หรือฉันทำละคร 13+ หรือฉันทำละคร 18+ อะไรอย่างนี้ แล้วแต่เรท แต่ว่าเรทกำหนดออกมามันก็อยู่ที่หน้าจอโทรทัศน์อีกแหละว่า ใครเป็นคนควบคุม

----- คนตรี / coming up -----

สันต์ ละครโทรทัศน์ 99% ไม่ได้ทำขึ้นมาให้เด็กดู เราไม่ได้ห้ามว่าคุณห้ามทำเรื่องนั้นเรื่องนี้ ทำแอ็คชั่นแบบนั้นแบบนี้ แต่อย่าแคร์เรทตั้งมากจนไม่มีอะไรที่เรียกว่าตัวตน หรืออะไรที่เรียกว่าคุณค่าเลย

เบรค 3

----- คนตรี / สปอนเซอร์ -----

สันต์ คือเด็กแยกไม่ออกว่าอะไรคืออะไร คนทำเราก็จะระวังกันประมาณหนึ่งว่าละครฉันอยู่ในเรทไหน แต่ละครทำออกมามันก็อยู่ที่หน้าจอโทรทัศน์ว่าใครเป็นคนควบคุม

สัญญา ok ท่ามกลางความปรารถนาดี แต่อยู่ที่ว่าโทรทัศน์อยู่ในมือใคร

สันต์ ครับ

สัญญา โทรทัศน์อยู่ในมือใครไม่เท่าไรนะ แต่โซเชียลที่อยู่ในมือคุณเนี่ยยังไม่มีเรท ไม่มีอะไรเลย ดูอะไรก็ได้ ผมว่านั่นก็ทรงอิทธิพลเช่นเดียวกัน

สันต์ ครับ เผลอๆ ตอนนี่ผมว่าโซเชียลทรงอิทธิพลกว่าละครซะด้วยซ้ำ (หัวเราะ)

สัญญา อาจจะมากกว่า

สันต์ ครับ

สัญญา ไหนๆ พูดถึงเรื่องเด็ก มีลูกหรือยังครับ ?

สันต์ มีลูกแล้วครับ

สัญญา คิดว่าผู้ใหญ่ควรพิจารณาอย่างไรกับลูกในการดูละคร

สันต์ คือถ้าเค้าต้องดูคนเดียว ไม่ให้ดูครับ

สัญญา อ้อ คือถ้าดูคนเดียว ไม่ให้ดู ไม่เห็นด้วยเลย ?

สันต์ แต่ว่าถ้าจะดูด้วยกันก็จะเลือกเรื่อง

สัญญา แปลว่าการปล่อยให้ลูกอยู่กับโทรทัศน์ ลูกที่เป็นเด็กเล็กนะ 5 ขวบ 7 ขวบ 8 ขวบ ไม่เวิร์คแน่ๆ

สันต์ ไม่เวิร์คแน่ะ

สัญญา เพราะละครไม่ได้ทำให้เด็ก 7 ขวบดู พูดตรงไปตรงมานะ

สันต์ ใช่

สัญญา เรทตั้งที่เราได้ คุณเคยตรวจไหม ว่าควรให้เด็กอายุแค่ไหนดู

สันต์ น่าจะ 15 ขึ้น

สัญญา เด็กเล็กกับละครไม่น่าไปด้วยกันได้

สันต์ เด็กเล็กกับโทรทัศน์ดีกว่าที่ไม่น่าไปด้วยกัน (หัวเราะ)

สัญญา มีคนเคยพูดกับผมว่า เวลาสื่อโทรทัศน์หรือสื่ออะไรก็แล้วแต่ เวลาเด็กไปดู แล้วเด็กเลียนแบบ แล้วก็ไม่ได้สื่อ นั้นจะตกเป็นจำเลย โดยผู้ปกครองไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง สื่อผิดละครผิด โปรดเข้าใจไว้ด้วยว่าเด็กเล็กต้องอยู่กับผู้ปกครองเวลาเสพสื่อ สำหรับผมสื่ออาจจะผิด แต่ว่าผู้ปกครองผิดด้วย เอาเรื่องความรุนแรงในละครบ้าง เอาตัวอย่างของคุณเลย “ล่า” เนี่ยมีแต่คนบอกว่าโหดพี เรื่องนี้โหด คุณมองอย่างไร ทำไมมันต้องโหด

สันต์ อันแรกก่อนเลย คิดตามบทประพันธ์ ผู้หญิงคนหนึ่งถูกผู้ชาย 7 คนข่มขืนพร้อมลูกสาวตัวเอง แล้ววันหนึ่งศาลตัดสินออกมา มีคนผิดและไม่ผิด จะด้วยกระบวนการอะไรก็แล้วแต่ สุดท้ายลูกเธอเป็นบ้า เธอก็แค้น และเธอก็วิกลจริต ทำายที่สุดเธอก็กลับมาฆ่าไอ้ 7 คนนั้น

สัญญา ok นี่คือบทประพันธ์ แต่ด้วยเรื่องอย่างน้อยต้องมี 7 ศพ ไข้ไหมหะ แล้วยังมีฉากข่มขืนอีก อะไรอีก เรามองอย่างไรและต้องระมัดระวังอย่างไร

สันต์ ต่อให้ผมอยากทำแบบมันส์มีมันส์เท่าแค่ไหนก็แล้วแต่ มันมีลิมิตที่ช่องจะให้ ออกอากาศหรือไม่ให้ออกอากาศ มันมีกระบวนการตรวจสอบอยู่ แต่ว่าคราวนี้เราอยากภาพของละครเราออกไปสวยๆ หน่อย ไม่เบลอลเป็นยาหม่องหรืออะไรอย่างนี้

สัญญา เออดีนะ เบลอเป็นยาหม่อง

สันต์ (หัวเราะ)

สัญญา เปรียบเทียบซะเห็นภาพเลย เอายาหม่องป้ายตรงหน้าจอ มันจะเป็นวงมัวๆ เบลอ (หัวเราะ)

สันต์ เราก็ต้องระมัดระวังด้วยตัวเราเองว่าเราจะใช้ภาพอย่างไร ยกตัวอย่างเช่นฉากข่มขืน ผมก็จะมีแต่ อารมณ์ที่รุนแรง อารมณ์ที่เจ็บปวด อารมณ์ที่ทรมาน แต่ก็จะไม่มีการที่ชัดเจนว่าอะไรที่มันน่าเกลียด คุณไม่ได้เห็นเนินอก คุณไม่ได้เห็นต้นขา ไม่ได้เห็นหน้าท้องน้อยของใครแน่ๆ ในฉากข่มขืนที่ผมทำอะไรอย่างนี้ครับ แต่ถามว่าคนดูแล้วโหดร้ายไหม... โหดร้าย เพราะว่าถ้ามันไม่เห็นความโหดร้ายนี้ คนดูก็จะไม่ค่อยตามในวันที่เค้าจะกลับมาล้างแค้น เพราะฉะนั้นเราก็ต้องมีกระบวนการที่นำเสนออยู่แล้ว และที่สำคัญนักแสดงสมัยนี้ทุกคนก็เซฟตัวเอง ไม่ยอมให้มีอะไรที่หลุดออกไปอยู่แล้ว

สัญญา แปลว่าแม้เรื่องจะเป็นอย่างไร ผู้กำกับหรือผู้จัดก็จะระมัดระวังให้คุณผู้ชมอยู่แล้ว นอกจากเรื่องความรุนแรง เรื่องอื่นๆ ที่อาจจะไม่ใช่เรื่องของคุณก็อาจจะสะท้อนหลายอย่าง ผมยกตัวอย่างเช่น บางเรื่องก็เสนอค่านิยมเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ข้ามคืน เช็กสีในวัยเรียน หรืออะไรต่างๆ เหล่านี้ สำหรับคุณ คุณเห็นว่าควรหรือไม่ควร หรือต้องระมัดระวังอะไร

สันต์ สำหรับผม ผมจะดูว่ามีความจำเป็นแค่ไหนที่ต้องเล่าเรื่องแบบนี้ ถ้ามันไม่มีความจำเป็น ทำไปเพียงเพราะมันเป็นเทรนด์ ทำเป็นค่านิยม

สัญญา มันเป็นเทรนด์ว่าตอนนี้เค้าพูดกันถึงเรื่องนี้ พอทำไปบ๊ีบ เข้าจะมีคนพูดถึงเลย ไอ้เนี่ยมันทำละครเด็กก็มีเพศสัมพันธ์กันเว้ย แต่คุณ...

สันต์ แต่ถ้ามันไม่มีผลกับเรื่องเลย ไม่มีเชื่อมโยงกับประเด็น และหาจุดที่จะบอกอะไรก็ได้เลยว่าละครเรื่องนี้จะสื่ออะไร ผมว่าแบบนี้ไม่ควรทำ

สัญญา ผมกำลังมองว่า ไอ้เรื่องที่เราพร่ำสอนลูกเราว่า ไอ้নীตี ไอ้নীไม่ตีนะ แต่บางทีคุณรู้ตัวหรือเปล่าหรือไม่รู้ตัวไปทำให้มันเป็นเรื่องธรรมดา ใครๆ เค้าก็เป็นแบบนี้กันไว้ย๋ พ่อแม่ก็...อ้าว ซิ

สันต์ (หัวเราะ) ยังไงต้องชี้แนะ ต้องบอกในเนื้อไปเลยว่า ทำไมต้องมีสิ่งนั้น

สัญญา ทำไมต้องมีสิ่งนั้น

สันต์ ครับ และผลสุดท้ายมันไม่ตีนะ มันจะไม่มีใครมีความสุขจากสิ่งนี้หรอก เราต้องบอกให้ชัดเจน เพราะท้ายที่สุดสมมติว่าเราพูดถึงเด็กมัธยมปลายที่เราคิดว่ามีวุฒิภาวะหน่อย หรือเด็กมหาวิทยาลัยที่เราคิดว่าเค้ามีวุฒิภาวะหน่อย แต่ปรากฏว่าเด็กมัธยมต้นหรือประถมปลายได้ดู ซึ่งสองกลุ่มนี้อาจจะคิดได้ไม่เท่ากัน ถ้าไปเลียนแบบหรือทำตามมันก็จะเกิดวายเป็นได้ (หัวเราะ)

สัญญา ความไม่ตรงกันต่างๆ จะเกิด

สันต์ ครับ

สัญญา ฟังดูแล้วนะครับ จากเค้วยากทำละคร มีฉากโน้่นฉากนี้ ok คุณบอกมาให้เน้นดูเจตนาอารมณ์และวิธีการของเค้ว่าเค้ามืออะไรที่ตามกระบวนการต่างๆ ตามที่สุดบอกหรือเปล่า ก็ต้องกลับไปหาว่าสิ่งเหล่านี้มีอยู่ ผู้ปกครองต้องเป็นกลับไปหาเลือก มันไม่สามารถให้เด็กเลือกเองได้เลย

สันต์ ถูกต้องครับ อย่างไรก็ตามเสียละครโทรทัศน์ 99% ไม่ได้ทำขึ้นมาให้เด็กดูอยู่แล้ว เว้นเสียแต่ว่าคุณจะไปเจอละครเด็ก เจอกน้อยหอยสังข์อะไรแบบนั้น

สัญญา อีกเรื่องที่เราเสนอกันคือการกลั่นแกล้งในโลกไซเบอร์ คุณมองว่าควรจะมีเนื้อหาแบบนี้หรือไม่

สันต์ ผมว่าอันนี้ละครเลียนแบบชีวิตจริง แต่ถ้าทำแล้วมันก็ควรจะช่วยกันบอก...

สัญญา กูสิ่งนี้อย่างไรสำหรับคนที่ตกเป็นเหยื่อ แล้วเค้าควรได้รับกำลังใจจากคนรอบข้างอย่างไร

สันต์ แล้วความยับยั้งชั่งใจก็ควรจะต้องมี เช่นก่อนจะกด ก่อนจะอะไรแบบนี้ คิดซะให้ดีกว่าท้ายที่สุดมันทำร้ายคนอื่น แล้วผลกระทบมันจะไปถึงไหน

สัญญา ละครควรจะชี้เรื่องแบบนี้ใส่ลงไปด้วย ถ้าจะทำ ถูกต้องไหม

สันต์ ใช่ครับ

สัญญา อีกอันครับ โฆษณาแฝงในละครครับ มองอย่างไรครับ

สันต์ (หัวเราะ) ฟากฝั่งหนึ่งก็เห็นใจผู้ผลิต ก็อย่างที่บอกแหละครับ ละครมันอยู่ได้ด้วยโฆษณาเท่านั้นและเรทติ้ง ซึ่งโฆษณามันก็มาหลายรูปแบบ มาในช่วงพักเบรกหรือบางทีก็ต้องแทรกมาในเนื้อเพราะมันผ่านกระบวนการขายเป็นแพ็คเกจ หรืออะไรก็แล้วแต่กันไป อันนี้พูดถึงคนดูก็ต้องย้อนไปว่า อันนี้มันก็จะเกินจริงไปหน่อย เป็นเรื่องธรรมดาของละครที่จะรวยกว่าปกติ กินดีกว่าปกติ หูรุกรกว่าปกติ ซึ่งในชีวิตจริงนักแสดงเหล่านั้นหรือตัวละครเหล่านั้นไม่ได้ทำหรอก เค้้อาจไม่มีเงินซื้อกระเป๋าแพงๆ แบบนั้นหรอก แต่ที่มันต้องถือก็เพราะว่ามันเป็นส่วนหนึ่ง

สัญญา เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ละครไปต่อได้

สันต์ (หัวเราะ) ใช่ครับ

- สัญญา** จริงๆ ถ้าเรามองแบบว่า อะไร ทำไม เพราะอะไร เราก็จะไม่ทำให้ชีวิตเราสับสน ไข่มุมครับ
- สันต์** ครับ
- สัญญา** คำถามท้ายๆ แล้วครับ คำบอกว่าหลายๆ ประเทศมีการบรรจุหลักสูตรวิชาการรู้เท่าทันสื่อไปในหลักสูตร คุณเห็นด้วยไหมครับ
- สันต์** เห็นด้วยครับ เพราะไม่ว่ายังไงก็แล้วแต่ การดูโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังอย่างที่สุดอยู่แล้ว จริงๆ ไม่ว่าจะดูอะไรก็แล้วแต่ ดูสารคดี ดูการ์ตูน ดูละคร ดูหนัง ฟังเพลง หรืออะไรก็แล้วแต่เดี๋ยวนี้มันมาในรูปแบบต่างๆ เพราะฉะนั้นเด็กที่เค้าไม่รู้อะไรเลย กำลังใส่ๆ ผ่าขาวอยู่เลยเนี่ย เค้าไม่รู้หรอกว่าอะไรถูก อะไรผิด อะไรดี อะไรไม่ดี บางทีไปกรี๊ดๆ ตามนางร้ายๆ โดยไม่รู้ด้วยว่ามันดีหรือไม่ดี ไม่รู้ด้วยว่ามันอารมณ์อะไร ผู้ใหญ่ก็ควรจะบอก ไม่ใช่ปรบมือหรือหัวเราะ เฮ้ย น่ารักดี
- สัญญา** แล้วก็หีบโทรศัพท์มาถ่ายคลิปลูกตัวเองครับ แล้วลงโซเชียลครับ ลูกเล่นเหมือนตัวนั้นเลยครับ
- สันต์** นั่นแหละ ผมว่าคนทำละครทุกคน หวังให้ละครคือความบันเทิงที่มาผ่อนคลายให้กับท่านผู้ชมทุกคน ลืมเรื่องงาน เรื่องทุกข์ใจไปก่อน ลืมไปซะ แล้วก็ไปอยู่กับละคร มีความสุขไป เหมือนกับบันเทิงๆ ไป จะได้เลิกคิด เลิกกังวลอะไรก็ว่าไป แต่ท่านผู้ชมก็ต้องดูอย่างมีสติหน่อย ว่านี่คือละครนะ ไม่ใช่โลกของความเป็นจริงอะไรอย่างนั้นครับ เพราะไม่เช่นนั้นทำที่สุดเอาไปปนเปอะไรกันแล้วจะเกิดความยุ่งยากเปล่าๆ
- สัญญา** ทุกวันนี้อยากเห็นแวดวงละครของเราเป็นอย่างไร
- สันต์** ในแง่ของคนทำเนี่ย ก่อนจะทำละครเรื่องหนึ่ง มีแรงบันดาลใจที่ชัดเจนว่าตัวเองอยากบอกอะไร เพราะทำที่สุดแล้วในฐานะที่เป็นสื่อสารมวลชน เราต้องรับผิดชอบสิ่งที่เราสื่อออกไปพอสมควร เราไม่ได้ห้ามว่าคุณต้องไม่ทำเรื่องนั้นเรื่องนี้ หรือแอ็คชั่นแบบนั้นแบบนี้ แต่ทำที่สุดอย่าแคร่เรตติ้งมากจนไม่มีอะไรที่เรียกว่าตัวตน หรือไม่มีอะไรที่เรียกว่าคุณค่าเลย เราต้องให้คุณค่ากับงานตัวเอง ให้คุณค่ากับสังคม แล้วก็ไม่ต้องถูกคนดูด้วย
- สัญญา** ผมว่าอันนี้ดี แล้วก็จริง แล้วก็ชัดเจนด้วย ผมว่าด้วยวิธีคิดแบบนี้ คนเก่งในบ้านเราเยอะ แต่ถ้าคนเก่งไม่ได้มีโอกาสทำสิ่งที่เค้าเก่ง แล้วมีเจตนาธรรมจริงๆ ว่าเค้าอยากจะนำเสนอเรื่องนี้เพราะอะไร มีแต่ได้รับคำสั่งว่าให้ทำเรตติ้งเท่านี้เท่านั้น จะตบ จะจูบ จะตี อะไรก็ได้ มันก็ไม่ใช่งานละครแล้ว มันก็จะเป็งานอะไรก็ไม่รู้ที่เรียกไม่ถูกอยู่เหมือนกัน ถ้าคุณผู้ชมเข้าใจภาพรวมแบบนี้ กลไกที่มันเป็นแบบนี้ ภาพรวมธุรกิจที่มันเป็นแบบนี้ ท่านผู้ชมดูแลครอบครัวได้ครับ ไม่ต้องรอหลักสูตรนี้ก็ได้ ท่านคุยกับลูกของท่าน เล่าให้ลูกฟังว่าเรื่องนี้เค้าสมมตินะลูก เรื่องนี้ลูกไปทำการบ้าน ดูไม่ได้ แม่จะดูกับพ่อ ก็ว่ากันไป แล้วเค้าก็จะได้เรียนรู้ในสิ่งที่ถูกต้อง ขอขอบคุณคุณสันต์มากครับที่มาเล่าให้เราเข้าใจ เราก็จะเสพละครต่อไปอย่างมีความสุข แล้วก็ไม่มีโทษภัยอะไรมาเบียดเบียนเราด้วย...คุณสันต์ ศรีแก้วหล่อ...ขอบคุณมากครับ

----- ดนตรี / ปรบมือ -----

ตอนที่ 4: เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง
แขกรับเชิญ จ๊อต ธีมะ กาญจไพริน

เบรค 1 ไตเติลรายการ / ดนตรี / เสียงปรบมือ

สัญญา

สวัสดีครับคุณผู้ชม..ยินดีต้อนรับเข้าสู่รายการเจาะใจ และคืนนี้ของรายการเจาะใจยังเป็นแคมเปญที่เรานำเสนอเรื่องราวในหัวข้อ “เสพสื่ออย่างไรให้รู้เท่าทัน” เป็นความร่วมมือระหว่างรายการเจาะใจ กับ กสทช. ที่ตั้งใจให้คุณผู้ชมได้รู้ได้เข้าใจว่า ในปัจจุบันนี้สื่อมีหลากหลายกลไก หลากหลายวิธีการ และเราจะเสพอย่างไรไม่ให้ได้รับโทษ ได้รับแต่ประโยชน์

แขกรับเชิญของเราเป็นผู้ประกาศข่าวรุ่นใหม่ไฟแรงที่มีวิธีการ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีวิธีการนำเสนอที่ได้ทั้งสาระ ได้ทั้งความรู้ และที่สำคัญยังได้ทั้งความบันเทิงอีกด้วย วันนี้เขาจะเอาวิธีชีวิตในวงการข่าวของเขามาแลกเปลี่ยนให้คุณผู้ชมได้ฟังว่ากว่าจะมาเป็นรายการข่าวให้เราได้เห็นนั้นมีกลไกอย่างไรบ้าง รวมทั้งทิศทางข่าวในปัจจุบัน ในโลกที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ข่าวมีการเปลี่ยนแปลงแบบไหนอย่างไร เราจะได้ไปรู้เท่าทันกันครับ

รายการเจาะใจขอต้อนรับคุณจ๊อต ธีมะ กาญจไพริน เชิญครับ...

ดนตรีประกอบ / เสียงปรบมือต้อนรับ

จ๊อต

สวัสดีครับ

สัญญา

สวัสดีครับ.....(เสียงกรีด/ปรบมือ) เป็นการพบกันครั้งแรก เพราะผมเห็นคุณแต่ในโทรทัศน์ สิ่งแรกที่ผมรู้สึกได้เลยคือ โทรทัศน์ที่บ้านผมคงจะเลิกไป

จ๊อต

(หัวเราะ) อันนี้เป็นสุทนต์สุดท้ายที่ผมใส่ได้แล้วนะครับ จะสังเกตุดูเห็นได้ว่าอีกนิดหนึ่งกระดุมจะแตกแล้วนะครับ อีกนิดเดียวเท่านั้น

(เสียงคนดูหัวเราะ)

สัญญา

อย่างน้อยก็เป็นการยืนยันได้ว่า คนทำงานหนักก็ไม่จำเป็นต้องมีสุขภาพย่ำแย่ อาจจะสามารถเจริญเติบโตได้ดี ...ตอนนี้อัปเดตให้เราฟังหน่อยครับว่าทำรายการ หรือทำอะไรอยู่บ้าง

จ๊อต

รายการข่าวตอนนี้ที่ผมทำอยู่ก็คือข่าวช่วง 11 โมงถึงเที่ยงครึ่ง เป็นประกาศข่าวเลย

สัญญา

ไม่มีความคิดเห็นอะไรเลย

จ๊อต

มีนิดหน่อย

สัญญา

อ้อ.. เดียวนี้มันต้องมีนิดหน่อย โอเค

จ๊อต

พอข่าวเย็นก็ประกาศข่าว แล้วก็มีส่วนตัวที่หลายคนแชร์ผ่านโซเชียลมีเดียก็คือ “จ๊อต ชัดทุกความจริง” อันนี้จะเป็นผมอ่านข่าวเดี่ยวแล้วก็วิพากษ์วิจารณ์ประเด็นต่างๆ

สัญญา
จิต เล่าเรื่องราวว่ามันเป็นอย่างไรรึ
ครับ แล้วก็มีการข่าววันศุกร์ อันนี้จะเป็นรายการ 1 ชั่วโมง จะเป็นประเด็นที่คัดมา

เด่นๆ ของแต่ละสัปดาห์ ที่คุณจะได้เห็นผมแปลงร่างเป็นตัวนั้นตัวนี้ตอนเล่าข่าว อันนี้อยู่ใน
ในข่าววันศุกร์ทั้งนั้น อีกรายการจะเป็นรายการออนไลน์ทางไลน์หุเคย

สัญญา
จิต แปลว่าคุณมีความรักในสิ่งนี้
ผมมีความรักในสิ่งนี้นะครับ แม้ว่าแต่ก่อนตอนที่เริ่มเข้ามาทำ สิ่งนี้ไม่ได้เป็นความฝัน

สัญญา
จิต เอาสิ..นั่งคุยเลย
นั่งคุยเลย..โอเคครับ

(เสียงปรบมือ)

สัญญา
จิต แปลว่าคุณไม่ใช่พนักงานประเภทฉันทัดต้องเป็นสื่อสารมวลชน
คือผมเรียนนิเทศศาสตร์มันจะมีสาขาให้เลือกอยู่ 7 สาขา ผมเลือกสาขาสื่อสาร
การแสดงเพราะอยากเป็นนักแสดง

สัญญา
จิต จบมาเป็นนักแสดงไหม
ไม่ครับ

สัญญา
จิต แล้วเป็นอะไร
ตอนแรกก็ไปเป็นดีเจก่อน เป็นอยู่ 10 ปีเลยครับ แล้วก็ไปเป็นพิธีกรรายการทีวี ตอน
หลังๆ เวลาผมเปิดรายการวิทยุที่เปิดเพลงไปด้วย ผมได้ย้ายไปอยู่ตอนเช้า คือช่วง 8 โมง
ถึง 11 โมง ผมก็รู้สึกวาระหว่างที่ผมเปิดเพลงไปปั๊บ พอผมได้พูดผมอยากจะทำข่าวบาง
ข่าว และตอนนั้นเป็นรายการที่เป็นที่มาของชื่อในเพลงที่ผมใช้ในโซเซียลตอนนี่คือ “จิต
จิต” ชื่อรายการว่า “จิต....จิต”

(เสียงคนดูหัวเราะ)

สัญญา
จิต (หัวเราะ)
คือจิตมาก ก็เลยใช้คำว่า จิต จิต มาตั้งแต่ตอนนั้น

สัญญา
จิต อ้อ..นี่เลยเป็นที่มาของชื่อ
ครับ

สัญญา
จิต นึกชอบไหม เฮ้ย!! ดีกว่าเปิดเพลงไหม
เริ่มชอบ ก็เลยเริ่มแต่งเรื่องหนัก เริ่มโดนพักจัดรายการ

สัญญา
จิต โห..ขนาดนั้นเลยหรอ ยุคนั้นเป็นอะไร ไปแต่งการเมืองหรือ
แต่งการเมือง แต่งตัวนายก แต่งอะไรแบบนี้

สัญญา
จิต ครับ
แต่เราก็ใสๆ เพราะตอนนั้นเรายังเด็ก เราไม่รู้เรื่องอะไร เพราะเราไม่คิดว่ามันอันตราย
อะไรมาก

สัญญา
จิต เตี่ยว...นี่แต่งนายกถึงกับพักกันเลยหรือสมัยนั้นอะ

จิต ถึงกับพักเลยครับ

สัญญา เหนอ...สมัยนี้เป็นใหม่

จิต สมัยนี้ก็อาจจะเป็นนะ

สัญญา อ่า

(เสียงคนดูหัวเราะ)

สัญญา เหนอๆ...เฮ้ย จิต จิตยังไม่ต้องแตะใครในรายการตอนนี้ละ

จิต ได้เลยครับ

(เสียงคนดูหัวเราะ)

สัญญา โอเค

จิต พอน้ำท่วมใหญ่...ตอนนั้นเริ่มมียูทูบว์ดัง เพื่อนก็บอกว่า เฮ้ย! ทำไมไม่ทำยูทูบว์วะ

สัญญา นี่ยุคแรกๆเลยนะ เพื่อนคุณนี่ทันสมัยมาก

จิต ใช่ครับ เพื่อนผมครูลูกกอล์ฟ..เขาบอก พี่จิตควรจะไปเปิดยูทูบว์แขนแขนของตัวเอง ไปเปิด

ชะ แล้วทำรายการที่ตัวเองชอบ ผมก็เปิดทำ วิพากษ์วิจารณ์ตอนนั้นเรื่องน้ำท่วม วิพากษ์

การทำงานของรัฐบาล.

สัญญา เอาอีกและ

จิต เอาอีกและ...มันเป็นยังไงก็ไม่วู้ไอนี้สยข้างใน พอวิพากษ์วิจารณ์ไปบ๊ีบ

สัญญา แล้วไง

จิต ขาหนึ่งจัดวิทยุอยู่ ยูทูบว์นี่คือเปิดในห้องนอนตัวเองนะครับ แล้วทำที่บ้านโดนพักจัด

รายการ ผมก็ไม่ทราบว่าจะไรมันคืออะไรนะครับ แต่สุดท้ายก็โดน

สัญญา เตี่ยวๆ คุณใช้คำว่าโดนไม่ได้ ผมไม่รู้ทางช่องวิทยุเขาอาจเลิกจ้างตัวเอง

จิต เออ..ใช่

สัญญา ไม่รู้รัฐบาลเกี่ยวหรือเปล่า นี่ผมพูดแบบแฟร์ๆ นะ ไม่รู้

จิต (หัวเราะ)

(เสียงคนดูหัวเราะ)

จิต คราวนี้พอหยุดไปบ๊ีบ ก็ว่างงานได้สักประมาณ 2 เดือน ก็เลยได้เข้าไปทำทีวี แต่มันดันเป็น

ทีวีการเมือง เป็นเรื่องเกี่ยวกับกฎหมาย เป็นเรื่องเกี่ยวกับเกมการเมือง เป็นเรื่องหนักๆ

ทั้งนั้น หนักๆ ที่วัยรุ่นเปิดแล้วอึ้นแน่ ช่วงนั้นเป็นยุคของทีวีดาวเทียม ก็ได้ทำรายการทีวีที่

เป็นช่องบันเทิงด้วย แต่เป็นรายการข่าวที่เล่าข่าวแบบง่ายๆ ก็ได้ฝึกปรีอฝิ่งหนึ่งคือ ฝึกปรีอ

เรื่องของการอ่านข่าวแบบ Hard

สัญญา Hard ไม่ใช่โหดนะครับ มันหมายถึงว่า มันคือข่าวจริงจัง ข่าวซีเรียส ข่าวไม่บันเทิง

จิต ใช่ครับ อย่างเช่นผมยกตัวอย่าง ฝิ่งหนักหนักยังงี้ อย่างตอนที่ลงมติร่างรัฐธรรมนูญปี

2560

สัญญา รับร่างหรือไม่รับร่าง

จิต ผมใช้เวลาครึ่งปีในการจัดช่วงๆ หนึ่งขึ้นมา คือเอารัฐธรรมนูญปี 2550 และรัฐธรรมนูญปี 2560 มาเปรียบเทียบกัน ว่ามันเปลี่ยนแปลงอะไรไปบ้าง เราก็ต้องลงไปศึกษาหาว่า เวลาเราจะอ่านข่าวเกี่ยวกับเรื่องกฎหมาย เช่น รัฐธรรมนูญ หรืออ่านข่าวกฎหมายอื่นๆ ที่เป็นร่างพระราชบัญญัติอะไรก็ตาม เราต้องเล่าให้ถูกต้อง

สัญญา จิต เพราะว่าถ้าไม่อ่านแล้วจะไปวิจารณ์ ไปคุยไปบอกคนอื่นได้อย่างไร ไม่ได้เลยครับ

สัญญา จิต อันนี้เป็นเรื่องดี ที่เป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะต้องทำ

จิต และรายการนี้มันเป็นรายการที่ผม อยู่กับมันประมาณ 5-6 ปี มันเป็นเวลาที่ยาวถึงแม้ว่าหลายฝ่ายอาจจะรู้สึกว่ามันไม่เป็นกลาง

สัญญา จิต ก็ห่างๆ ช่องเป็นช่องอีกฝั่งหนึ่งนี้

จิต ถูกต้องครับ แต่สำหรับผม มันคือช่วงเวลาที่ผมได้เพิ่มพูนทักษะในการอ่านข่าวที่ยากไปเลย และจากนั้นก็ได้รับโอกาสให้ลองมานั่งจัดรายการข่าวแบบที่เป็นข่าวจริงๆ ในช่องทีวีดิจิตอล

สัญญา จิต อันนี้ผมชมช่องนะครับ ว่าเวลาไปอยู่กับพรรคใดพรรคหนึ่ง หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง อีกฝ่ายก็จะบอกว่า ไอ้คนนี้กาหัวแล้วว่าเป็นพวกนั้น

จิต แน่นนอนครับ เห็นปั๊บ เกลียดขึ้นหน้าทันที เปลี่ยน

สัญญา (เสียงคนดูหัวเราะ) อะไรแบบนี้ ประเทศเราก็เป็นแบบนี้

สัญญา จิต สไตล์มันมาจากอะไรที่เป็นเฮฮา สนุกสนาน เล่าไป

จิต มีประชด ประชัน แดกดัน ถากถาง

สัญญา จิต มันมาจากอะไรอย่างไรครับสไตล์นี้

จิต ตัวผมเองรู้สึกว่าทุกวันนี้รายการข่าวทั่วไปในทีวีดิจิตอล เน้นเล่าข่าวเบา เล่าแต่ข่าวผิวเผินตีกัน หมากัดกัน งูเห่าเข้าบ้าน งูจงอางโผล่ขึ้นมาจากส้วม จะมากัดตูดเราหรือเปล่าอะไรแบบนี้

(เสียงคนดูหัวเราะ)

สัญญา จิต ก็คนชอบแบบนี้

จิต พอก่อนถึงวันที่ 16 ก่อนถึงวันที่ 1 อะไรแบบนี้ ก็ต้องมีข่าวไปไหว้ต้นโพธิ์ ไปไหว้ปัสถ์กล้วยที่โผล่ขึ้นมาเป็นหัวพญานาค หรืออะไรแบบนี้

สัญญา จิต โอ้ย..ชอบ

จิต ชอบ ชอบมาก

สัญญา จิต อยากดู และไปทำกับเขา

จิต แต่ผมรู้สึกว่า เฮ้ย! สังคมมันจะเจริญได้คุณต้องดูข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวระดับมหภาค ว่าตอนนี้ประเทศเรามันไปถึงไหนกันแล้ว

สัญญา

หรือแม้แต่ศิลปะวัฒนธรรม อะไรต่างๆ

จะ

ใช้ครับ

สัญญา

มันต้องมารวมกันถึงจะเป็นมนุษย์

จะ

ใช่ คือการดูข้าวมันไม่ใช่การดูละคร ผมรู้สึกอย่างนี้ นะครับว่า คนไทยจะมีลักษณะนิสัยที่ว่า เวลาเราเปิดทีวีไปบ๊ีบ เราต้องการเสพแต่อะไรที่มันบันเทิงเรีงรมย์ แต่ว่าข้าวมันจะเป็นแบบนั้นมันยาก ผมก็เลยรู้สึกว่าการเดินทางในการเล่าข่าวของผม ต้องตามจริตของคนไทย คือทำให้มันดูบันเทิงหน่อย สิ่งที่เรา กำลังพูดมันเป็นเรื่องโตครตหนักเลย ก็เลยนำมาซึ่งแนวทางตรงนี้ว่า เวลาเล่าข่าว บางทีเราอาจจะแปลงร่างเป็นนั่นเป็นนี่ นั่นคือสิ่งที่ดึงดูดให้คนดู ..ว่าเฮ้ย อะไรวะ มันบ้าๆ บอๆ

สัญญา

คือ..คุณอยากได้เนื้อหาที่เป็นเรื่องหนักและเป็นประโยชน์ แต่คนดูอยากได้ดราม่า

สนุกสนาน เฮฮา คุณก็เลยจำเป็นต้องรวม 2 อย่างเข้าไว้ด้วยกัน

จะ

ผมโชคดีที่ บก. ปล่อยฟรีสไตล์ แต่ว่าต้องคุยกันก่อนว่าจะทำอะไร ที่สุกๆนี้ผมขอเป็นอันนี้นะ ผมจะเล่าอันนี้ และถ้าพี่เขาไม่ติดอะไรผมก็ทำ

สัญญา

กลไกในการเลือกข่าวแบบจัด คุณเลือกข่าวอย่างไรมานำเสนอครับ

ดนตรี/ ตัวอย่างช่วงหน้า

จะ

พระแม่อยู่มาอยู่ในร่างพี่น้องครับ ผมถามว่าพระสวามีท่านชื่ออะไร

สัญญา

ลืมไปแล้ว เพราะว่าไม่ได้รักกัน

จะ

ไม่ได้สิครับ

(เสียงผู้ชมหัวเราะ)

จะ

ข่าวที่คนไทยไม่ชอบดูกันเลย คือข่าวเรื่องเศรษฐกิจ แต่คนไทยสามารถวิพากษ์วิจารณ์ได้ว่าตอนนี้เศรษฐกิจตกต่ำมาก

สัญญา

ทำไมชีวิตของผมจึงควรจำเป็นจะต้องดูข่าว

เบรก 2

สัญญา

กลไกในการเลือกข่าวแบบจัดครับ คุณเลือกข่าวยังไงมานำเสนอครับ ?

จะ

มุมมองในการเล่าข่าวผมแบ่งเป็น 4 แบบ แบบนี้ถ้าผมเล่าเรื่องยากต้องย่อยให้ง่าย ถ้าไม่ง่ายไม่เล่า

สัญญา

หัวข้อนี้ก็พวกการเมือง เศรษฐกิจนี่ย่อยยาก เพราะบางที่ฟังแล้วก็โอ้โห

จะ

ย่อยยาก อย่างเช่นเมื่อไม่กี่สัปดาห์ที่ผ่านมา ผมพยายามเล่าเรื่องวิธีการ เลือกตั้งแบบใหม่ ผมพยายามคิดแล้วนะว่าสิ่งที่ผมพยายามจะเล่าเนี่ยมันง่าย แต่ในขณะที่ผมเล่าไปในรายการ ปรากฏว่าผมยังรู้สึกว่ามันยังยากอยู่เลย ผมก็บอกคุณผู้ชมเลยเลยว่า ฉันผมพอแล้ววันนี้ ผมขอไปหาวิธีให้มันง่ายกว่านี้แล้วจะกลับมาเล่าใหม่

สัญญา ตรงไปตรงมาแบบนี้เลย ?
 จิต ผมตรงไปตรงมา ผมบอกเลย ...เรื่องง่ายต้องให้มีมุขคิด สมมติผมเล่าเรื่องเบา
 แบบ เบาแบบโหวงเลย
 สัญญา หมากัดแมว ?
 จิต โอ้โห หมากัดแมวมีมุขคิดยากเหมือนกันนะครับ (หัวเราะ)
 สัญญา เอาสมมติจริงๆเลย เอาเรื่องจริงที่เคยผ่านมา
 จิต เรื่องง่ายต้องมีมุขคิด อย่างเช่นเวลาผมเล่าเรื่องร่างทรงเนี่ย มีร่างทรงที่เป็นผู้หญิงคนหนึ่งที่
 เคঁเข้าร่างทรงพอปุ๊บอะไรสักอย่างที่เวลาเคঁ (แสดงท่าทางร่างทรง
 เข้า)
 สัญญา อ้อๆ
 (เสียงผู้ชมหัวเราะท่าทีของจิต)
 สัญญา ดังเลยนะนั่น
 จิต ดังมากพี แล้วมีอยู่วันนึงส่งนักข่าวไปสัมภาษณ์เคঁานะครับ แล้วบอกว่า
 ตอนนี้จะเข้าได้เลยไหม
 สัญญา ได้เลย
 จิต จะเข้าได้เลยไหม ปึ๊บ... เคঁหันไปหยิบแก้วน้ำ
 (จิตทำท่าดื่มน้ำแล้ววางแก้วจากนั้นทำท่าร่างทรงเข้า / พิธีกรและผู้ชมหัวเราะเสียงดัง)
 จิต น้ำอะไรวะ
 สัญญา เคঁเรียกอะไร...ตัวยาละลายเร็วกว่ายาแก้ปวดอีก
 จิต ไข่ครับ
 สัญญา กินพายายังต้องรอครึ่งชั่วโมง แต่อันนี้จิบไป เข้าเลย
 จิต น้ำยังไม่ไหลผ่านคอลงหลอดอาหารเลย เจ้ามาแล้วครับ
 สัญญา เข้าเร็ว นี่มัน 4.0 ใจ ต้องเข้าเร็วสิ
 จิต ทุกอย่างต้องฉับไวใช่ไหมฮะ
 สัญญา ต้องฉับไว อะอย่างนี้ให้มุขคิดยังไง
 จิต เราต้องกระตุ้นเตือนสังคมเรื่องเกี่ยวกับเจ้าเข้าทรงว่ามันเป็นไปได้เหรอ สมมติ นะฮะ
 เมื่อเจ้ามาเข้าทรงแล้วไปถามเจ้า ร่างประทับคือพระแม่อุมา พระแม่อุมาอยู่ในร่างพี่น้อง
 ครับ ผมถามพระสวามีท่านชื่ออะไร ถ้าร่างไม่รู้...ก็อ้าวเป็นพระแม่อุมาได้ยังไงวะ
 สัญญา หรือลืมนไปแล้วเพราะไม่ได้รักกัน
 (ผู้ชมหัวเราะ)
 จิต ไม่ได้สิครับ (เสียงพิธีกรหัวเราะพร้อมๆกับผู้ชม) มันเป็นเรื่องของหลักศาสนาเลยอย่างจี้
 สัญญา ทางหนีทีไล่เว้ย เคঁเรียกทางหนีทีไล่

จิต เอาจัง คือผมให้หลักการง่ายๆไป ถ้าสมมติว่าคุณไปเจอร่างทรงที่เป็นเทพ ให้คุณซักประวัติเทพองค์นั้น คือสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดูแล้วง่ายง่ายนะ แต่ในความที่ง่ายง่ายในความที่คนชอบอะ เราต้องมีมุมบางอย่างมอบให้เค้า

สัญญา 3 ?

จิต 3. คือคนทุจริตต้องโจมตี 4. คือคนดีต้องสรรเสริญ

สัญญา 4. นะโอเค แต่ 3 นี้จะมีโอกาส เพราะคนทุจริตไม่เคยมีใครยอมรับ

จิต ถ้าทุจริตแบบประชาชนคนธรรมดาพูดได้สบายเต็มปาก แต่ถ้าเป็นคนทุจริตแบบ...
ที่มีอำนาจ

สัญญา โอ้โห..ลำบากเลย

จิต เพราะเค้าจะบอกว่าเค้า..... อ่า...ไม่พูดดีกว่า ๆ ไม่พูด

สัญญา (ผู้ชมหัวเราะ)

จิต เดียวมีใครมายืนรอนหน้าประตู ไม่เอานะครับ ไม่เอา

สัญญา (ผู้ชมหัวเราะ)

สัญญา เคยมีไหม ?

จิต ไม่มีครับ ไม่มี

สัญญา 4 ข้อนี้ยังยึดถืออยู่ตลอด ?

จิต ยังยึดถืออยู่ทุกวันนี้ แล้วอย่างเช่นในข้อ 4 คนดีต้องสรรเสริญเนี่ยผมรู้สึกว่ ถ้ามีได้ควรจะมีทุกวัน

สัญญา ครับ

จิต อะ ผมรู้ว่าผมจะไม่ปิดข่าวพวกนี้ตกลงไปเลย อย่างเช่นคนเก็บเงินแล้วเอาไปคืนอย่างเงี้ย เอาความดีเล็กๆน้อยๆขึ้นมาแล้วสรรเสริญๆ ให้มันมีเรื่องแบบนี้ บ่อยที่สุดเท่าที่จะทำได้

สัญญา อันนี้ผมเห็นด้วยมากๆ เพราะข่าวดีไม่ค่อยมีใครอยากดู ไม่อยากฟัง

จิต ควรจะมีข่าวดีๆของคนตัวเล็กๆบ้าง

สัญญา ในมุมมองของคนผลิตข่าว สมมติผมเป็นประชาชนแล้วรู้สึกว่ เฮ้ยดูไปก็ไม่เห็นประโยชน์ ก็อยากดูที่มันตรงมาสนุกสนานเฮฮา ทำไมชีวิตผมจึงควรจำเป็นจะต้องดูข่าว

จิต ผมเชื่อว่าการดูข่าวที่เป็นสาระประโยชน์ ไม่ว่าจะนำเสนอในรูปแบบใดก็ตาม จะส่งผลให้ชีวิตคุณดีขึ้น อย่างเช่นนะฮะ ข่าวที่คนไทยไม่ชอบดูกันเลย คือข่าวเรื่องเศรษฐกิจ แต่คนไทยสามารถวิพากษ์วิจารณ์กันได้ว่าตอนนี้เศรษฐกิจตกต่ำมากก็เลยแต่ไม่เคยรู้เลยนะว่าดัชนีที่ชี้วัดว่าเศรษฐกิจตกต่ำมีกี่ตัว มีอะไรบ้าง

สัญญา ไม่รู้

จิต แล้วหน้าภาคครัวเรือนคืออะไร ตั GDP คืออะไร

สัญญา มาจากไหน...

จ๊ะ

มันมาจากไหน ตัวเลขเหล่านี้ประกอบไปด้วยตัวเลขอะไร แต่ว่าคุณรู้สึกแค่ว่าเงินใน กระเป๋าฉันไม่มี แล้วคุณก็พูดว่าเศรษฐกิจตอนนี้มันตกต่ำ เฮ้ย...ไม่ใช่ มันเป็นการสรุป ความที่ไม่ประกอบไปด้วยข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง เห็นไหมครับว่าการดูข่าวที่ยากๆมี ประโยชน์ต่อตัวคุณ คุณดูข่าวเกี่ยวกับเรื่องของ เองง่ายๆบัตรสวัสดิการแห่งรัฐอย่างเงี้ย คุณจะมีวิธีการในการใช้อย่างไร...ถูกต้องไหมครับ คุณจะมีวิธีการรับอย่างไร เกณฑ์ใน การสมัครเป็นอย่างไร เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ประเทศไทยไม่ยอสอนกัน เค้าเรียกว่าความ รอบรู้ทางด้านการเงิน

สัญญา

คือ ผมเดาว่าคือเรื่องมันเล่าแล้วไม่สนุก

จ๊ะ

มันไม่สนุก

สัญญา

สองก็คือ ไอ้คนฝั่งรับนะ ก็ไม่อยากจะฟังด้วย

จ๊ะ

ไม่อยากจะฟังอีก

สัญญา

เงินก็ไม่ต้องเล่า เพราะเล่าไปมันก็ไม่ฟัง

จ๊ะ

ใช่ครับ

สัญญา

แต่พอไม่ฟัง แต่ชอบคิดเองเออเองว่า เฮ้ยเศรษฐกิจไม่ดี อย่างที่คุณว่าเนี่ย ภายหลังก็จะ ตัดนิสัยเป็นคนคิดเองเออเองทั้งหมด

จ๊ะ

คิดเองเออเอง สรุปรวมเอาจากอารมณ์เบื้องต้นของตัวเองโดยไม่รู้ว่่าสิ่งที่เรากำลัง วิพากษ์วิจารณ์อยู่นั้นมันมีเบื้องลึกเบื้องหลัง ที่ประกอบไปด้วยรายละเอียดมากมาย แต่ คุณดันไปสรุปไปซะแล้วว่ามันเป็นแบบนั้น ดังนั้นคุณควรจะดูข่าวแล้วคุณควรจะหาข่าว ที่มันเป็นสาระประโยชน์ต่อตัวคุณบ้าง ทั้งข่าวที่ยากๆและข่าวที่น่าเบื่อ ผมบอกแบบนี้ เลยว่า ไม่มีผู้สื่อข่าวหรือผู้ประกาศข่าวคนไหนที่จะเก่งกาจขนาดที่ว่าเล่าเรื่องทุกอย่างแล้ว สนุก มันมีบางเรื่องที่เราอย่งงก็ไม่สนุกครับ แต่ขอให้คุณอดทนดูเพราะมีประโยชน์ต่อตัว คุณเอง

สัญญา

บางคนก็อาจจะบอก เฮ้ยเรื่องไม่เกี่ยวกับฉันอะไรแบบนี้

จ๊ะ

อะใช่ คนไทยจะรู้สึกว่่าเรื่องที่ไกลตัวจะไม่ดู

สัญญา

ข่าวต่างประเทศเราน้อยลงเรื่อยๆแล้วนะ

จ๊ะ

ถ้าคุณไปดูตามช่องทีวีดิจิทัลตอนนี้ คุณจะรู้ว่่าคุณจะหารายการช่วงที่เป็นข่าว ต่างประเทศยากมาก ข่าวต่างประเทศวัดแล้วโดยเรตติ้งว่าคนไทยไม่ดู พอคนไทยไม่ดู ข่าวต่างประเทศ...เอ้าจะทำไปทำไมอะ ไปทำข่าวที่มันมีเรตติ้งดีกว่า ข่าวชาวบ้านทั่วไป ข่าวกินข้าวร้านนี้อร่อย...เอ้อ เหมือนหมากัดแมว แมวกัดหมา หมากัดไก่ เข้าของเอา ปืนมายิงกันเปรี้ยง กัดไก่ฉันอย่างเงี้ย

สัญญา

หุย... ต้องดู อันนี้ต้องดู

(ผู้ชมหัวเราะ)

จิต ดูกันใหญ่เลย แต่พอข่าวเลือกตั้งกลางเทอมสหรัฐอเมริกา government shutdown
ไม่ดู สงครามซีเรีย

สัญญา ไม่สน

จิต ไม่สน

สัญญา แต่จริงๆมันสะท้อนมาเกี่ยวกับเรานะ

จิต แต่ผลกระทบจากสงครามเกิดขึ้นที่ซีเรีย มันเกิดอะไรขึ้นกับเรา บางคนอาจจะไม่ได้รับ
ผลกระทบด้วยซ้ำนะโดยตรง แต่ได้รับโดยอ้อม แต่ผมก็เชื่อว่ามันเป็นความรู้ที่เราควรจ
จะรู้ มันเช่นเดียวกันกับตอนที่คุณเรียนประถม คุณเรียนมัธยม มันมีความรู้อะไร
บางอย่างที่คุณถามตัวเองเสมอว่าเรียนไปทำไมวะ แต่คุณลองคิดให้ดีๆว่า มันเป็น
องค์ประกอบเพื่อที่จะทำให้เราที่มีความสามารถในการพิจารณาเรื่องที่ลึกซึ้งและยากขึ้น
ต่อไปได้

สัญญา จิตจะซ่อนเรื่องพวกนี้ในทุกข่าวใช่ไหม

จิต ในทุกข่าว

สัญญา ในแง่ชุดความรู้ว่าข่าวนี้เราได้อะไร

จิต ใช่ครับ

สัญญา เอ้า ผมยกตัวอย่างข่าวที่คุณเคยทำนะ กรณีแม่ค้าทุบรถเข็นตัวเอง

จิต แม่ค้าขายรถเข็นผลไม้ ไปจอดขายผลไม้ในที่ที่เค้าไม่ให้ขายผลไม้

สัญญา พุดบารไซไหม

จิต ช่างๆพุดบาร หน้าโรงพยาบาล เทศกิจไปถึงจะจับ แม่ค้าหยิบมีดที่ปอกผลไม้ ทุบรถเข็น
ผลไม้ของตัวเองแตก ฟันรถของตัวเองแตกเปรี้ยๆแล้วบอกว่า จะให้ฉันไปทำมาหากิน
อะไร นี่มันอาชีพสุจริต แล้วสมมติถ้าคุณไม่ให้ฉันขายตรงนี้ คุณจะให้ฉันไปขายตรงไหน
จะให้ฉันไปเป็นโจรไซไหม

สัญญา สังคมก็แบ่งออกเป็นสองพวกทันที

จิต ฝั่งหนึ่งบอกว่าทำไมคุณไม่เห็นใจอะ

สัญญา คนทำมาหากิน

จิต คนทำมาหากินจะขายได้สักวันละก็บาทกันเดียว อีกฝั่งหนึ่งก็บอกว่าไม่ได้ กฎต้องเป็นกฎ
มันมีกติกาอยู่

สัญญา แบบนี้จิตจะทำไง

จิต แบบนี้ผมบอกเลยนะ ว่าเวลาที่ผมพูดเนี่ยผมเข้าข้างกฎ เพราะมันเป็นบันทัดฐานของ
สังคมที่ว่าเมื่อเราอยู่รวมกันมันต้องมีกฎ เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์อยู่คนเดียว ชั่งตัวเองอยู่ใน
กรง ไม่ต้องมีกฎก็ได้ อันนี้เราต้องตัดเรื่องของความลำบาก เรื่องของอาชีพเงินน้อย ตัด
ออก

สัญญา อาชีพสุจริต ชีวิตลำบาก นั่นเรื่องนึง

จิต นั่นเรื่องนึง

สัญญา ทำผิดกติกา เนี่ยอีกเรื่องนึง

จิต ทำผิดกติกาเป็นเรื่องหลักที่เราต้องยึด และเป็นเรื่องที่เราต้องยึดกับทุก สถานการณ์
อะยังเงี้ย อันนี้เป็นสิ่งที่เราต้องพูด ไม่ใช่ไปเปิดภาพแล้ว...โอ้โฮ ดุชิครับ อู้หูเทศกิจ

สัญญา นำสงสารจิงเลยครับท่านผู้ชม

จิต อ้าวแล้วนั่นครับ หยิบมิดขึ้นมาแล้วครับท่านผู้ชม หยิบมิดมาทูป โอ้โฮแตก แดงมง
แดงโมไม่ต้องได้กินกันแล้วครับนั่นอะ

(เสียงผู้ชมหัวเราะ)

สัญญา คือสะใจแต่ไม่ได้อะไร ถ้าจะเอาอย่างงี้

จิต แล้วไปข่าวต่อไปเลย ไม่ได้อะไรเลย

สัญญา ผมขออีกข่าวหนึ่ง เอาเร็วๆนี้เลย โรงเรียนแห่งหนึ่งเอกชน จะมีวันนึงให้นักเรียนใส่ชุด
ไปรเวท

จิต อะ

สัญญา แล้วอันนี้เราได้ประโยชน์อะไรยังไง

ดนตรี/ ตัวอย่างช่วงหน้า

สัญญา ผู้ประกาศหรือผู้เล่าข่าวจะกลายเป็นบุคคลที่ทรงอำนาจมาก

จิต อันนี้ข้อเสีย ถ้าผมจะบอกคุณผู้ชมตรงนี้เลยก็บอกได้ว่า เวลาดูผมแล้วบ๊ีบ อย่มาสุดที่
ผม คุณต้องไปดูคนเห็นต่างจากผมบ้าง

สัญญา ข่าวก็เช็คเรทติ้งไซ้ใหม่

จิต ข่าวก็เช็คเรทติ้ง

สัญญา เฮ้อแล้วมันจะเกิดอะไรขึ้นเมื่อมีเรทติ้ง

เบรก 3

สัญญา เอาเร็วๆนี้เลย โรงเรียนแห่งหนึ่งเอกชน จะมีวันนึงให้นักเรียนใส่ชุดไปรเวท

จิต อะ

สัญญา แล้วอันนี้เราได้ประโยชน์อะไรยังไง

จิต เอาแผนที่โลกขึ้นแล้วแบ่งประเทศในโลกออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ไม่บังคับให้
ใส่ชุดนักเรียนเลย

สัญญา เลย ?

จิต เลย At all....

สัญญา ไม่มียูนิฟอร์มเลย ?

จิต ไม่มียูนิฟอร์มเลย มีแคนาดา มีสหรัฐอเมริกา มีรัสเซียประมาณนี้ กลุ่มที่ 2 อันนี้เยอะสุด บังคับให้ใส่ชุดนักเรียนตั้งแต่ประถมจนถึงมัธยม แต่มหาวิทยาลัยนี่เต็มที่จะใส่อะไรก็ใส่ กลุ่มประเทศที่ 3 คือกลุ่มที่บังคับให้ใส่ยูนิฟอร์มตั้งแต่ประถมจนถึงมหาลัย

สัญญา มหาลัยก็ยังไม่ใส่อยู่ ?

จิต มี 4 ประเทศในโลก

สัญญา อ้อเธอ

จิต ไทย ลาว กัมพูชา เวียดนาม คราวนี้ผมยกตัวอย่าง 3 ประเทศที่มีกฎเกี่ยวกับการใส่ชุดนักเรียนที่ต่างกันขึ้นมา 1. ประเทศฝรั่งเศส ประเทศฝรั่งเศสเป็นประเทศที่ขึ้นชื่ออยู่แล้วเรื่องอิสระ

สัญญา ครับ

จิต เป็นประเทศที่ไม่บังคับให้เด็กใส่ชุดนักเรียน แต่สอบถามความคิดเห็นของผู้ปกครองในจังหวัดๆที่ฝรั่งเศสล่าสุดเมื่อไม่นานมานี้ 65 % ของผู้ปกครองบอกว่าอยากให้ลูกกลับมาใส่ชุดนักเรียนอีก

สัญญา อืม

จิต เพื่อความภาคภูมิใจในสถาบัน ผมกำลังจะบอกว่าประเทศที่เค้าไม่บังคับ มันก็อยากกลับมาใส่นะ

(พิธีกรหัวเราะ)

จิต อ้อ คราวนี้เราไปดูอีก ข้ามช่องแคบนิดนึง ไปที่ประเทศอังกฤษ ที่ประเทศอังกฤษบังคับให้ใส่ตั้งแต่ประถมจนถึงมัธยม ล่าสุดพ่อแม่ผู้ปกครองออกมาบอกว่า ไม่อยากให้ลูกใส่ชุดนักเรียน เนื่องจากมันเป็นการ... พุดง่าย ๆ ว่าบริษัทที่ขายชุดนักเรียนมันไม่มีที่บริษัท

สัญญา อ้อ

จิต อันนี้มันเป็นเรื่องที่ลึกมาก

สัญญา กลายเป็นประเด็นผูกขาด

จิต มันกลายเป็นประเด็นผูกขาด... ผมพาคณะผู้ชมมาใกล้หน่อย... ที่ญี่ปุ่น ที่ ญี่ปุ่น บังคับให้ใส่ชุดนักเรียน ชุดนักเรียนประเด็นสำคัญคือมันลดความเหลื่อมล้ำ ถูกไหมครับ

สัญญา ถูก

จิต แต่ชุดนักเรียนที่ญี่ปุ่น ที่โรงเรียนแห่งหนึ่งตั้งอยู่ในย่านกินซ่า ย่านคนรวยของญี่ปุ่น

สัญญา ครับ

จิต โรงเรียนโคกกับแบรนต์อาร์มานี่

สัญญา อ่า....

สัญญา ผลิตชุดนักเรียนชุดละ 23,000 บาท

คนดู (โห)

สัญญา หมายความว่าถ้าลูกคนนี้รวยก็ใส่อาร์มานี่ไป ใ้ลูกจนก็ใส่ชุดนักเรียนปกติ

จิต อ่ะ ใส่อันอื่นไป อันนี้ก็เหลือมล้ำนะครับ

สัญญา ก็เหลือมล้ำนะ

จิต ผมสรุปเรื่องนี้ตอนที่ผมจัดว่า ดังนั้นผมยังไม่มีข้อสรุปที่ดีเพียงพอว่าอะไรดีกว่ากัน แต่ผมกำลังจะบอกให้คุณผู้ชมทราบว่า ในประเทศที่เค้าบังคับก็ไม่อยากจะใส่ในประเทศที่เค้าไม่บังคับก็อยากจะกลับมาใส่ ตกลงมนุษย์เรามันจะเอาอย่างไรกันดี

สัญญา ข้อดีครับ ผมรู้สึกได้เลยว่าคุณกำลังหามุมมองที่มันกว้างกว่า ไม่ไปหมกอยู่แค่เรื่องนั้น แล้วก็ตัดสินใจถูก -ผิด ,ชอบ -ไม่ชอบ

จิต ใช่ครับ

สัญญา ทุกคนต้องพิจารณาเป็น

จิต ใช่ครับ

สัญญา สมมติทำงานไปนานๆ ผู้ประกาศหรือผู้เล่าข่าวจะกลายเป็นบุคคลที่ทรงอำนาจมาก

จิต ก็จริงนะ

สัญญา สมมติความรู้ผมน้อย ความเข้าใจผมน้อย คุณทำให้มันย่อยง่ายขึ้น ฟังจัดเล่าแล้วมันรู้เรื่องเว้ย อันนี้ข้อดี แต่ข้อเสียคือผมตัดสินใจยากไง ไม่หาเอง

จิต อ่ะใช่ ป้อน

สัญญา จัดให้แค่นี้ ก็รู้แค่นี้

จิต ใช่

(จัดทำท่าลูกนกร้องขออาหารจากพ่อแม่ / ผู้ชมหัวเราะ)

สัญญา ให้แค่นี้ก็กินเท่านี้

จิต ใช่ บินมาหย่อน

(จัดทำท่ากินอาหารตลกๆ // ผู้ชมหัวเราะ)

สัญญา อันนี้ข้อเสียนะผมว่า

จิต อันนี้ข้อเสีย

สัญญา แล้วผมก็เอาแค่นี้ ไปคิดว่าผมรู้แล้ว

จิต ใช่ ไปขยายผลต่ออีกด้วย แล้วสมมติว่ามีแบบนี้เยอะๆเนี่ย จะกลายเป็นว่า เหมือนคนคนนี้จะกลายเป็นศาสดาไป ถ้ามาจากปากของคนนี้ละก็ ...ทุกอย่างถูกต้อง

สัญญา อันตรายละ 1.คนนี้เป็นกลางไหม

จิต ใช่ อันตราย

สัญญา 2.คนนี้รู้จริงไหมด้วย

จิต ใช่ ถูกต้อง...อันตราย

สัญญา หรือ 3. คนนี้ซื้อได้ไหม

จิต อ่ะใช่ ใช่เลยครับ

สัญญา ผมอยากเอาแก้วน้ำไปให้จัดพูดว่าดี กินแล้วดี

สัตถุญญา ไม่ค่อยมีคณพุดแบบนี้หอรอก ผมเดคว่าการจะนำเสนอข่วเนี้ยมันมีวิซำการ มันมีจรรยำ
 ของมัน
 จิต ใซ้ครับ
 สัตถุญญา ถูกไหมครับ แล้วผมเชื่อว่า กองบก. ทุกสำนัคนะมีหมดละ
 จิต ใซ้ครับ
 สัตถุญญา แต่อีกอันที่กำล้งจะเป็นตัวที่ไห้ตาซ้งมันเอียงไปได้นะเนี้ย คือธรรกิจ ความอยู่รอด รายได้
 การแข่งขัน เรทตั้ง ข่วก็เซ็คเรทตั้งใซ้ไหม
 จิต ครับ ก็เซ็คเรทตั้ง
 สัตถุญญา แล้วมันจะเกิดอะไรขึ้น เมื่อมีเรทตั้ง
 จิต ด้วยความที่คณไทยชอบดูข่วอะไรที่มัน...เป็นข่วบ้ำๆบอๆหน่อยนะ ผมขอใซ้ค่านี้นะ
 อย่างเช่นที่ผมบอกไปนะ ูงเข้าบ้าน ตัวเงินตัวทองเข้าบ้าน คุณต้องนำเสนอนะครับ ไม่รู้
 มันทำไมคณชอบ
 สัตถุญญา อยู่ สนุก
 จิต แต่ว่าข่วที่ควรจะเล่า เช่นข่วที่ผมบอก ข่วใหญ่ๆมหำค เศรษฐกิจต่างประเทศ
 การเมืองที่มีประโยชน์ต่อมันสมองของเราเนี้ย เล่าบ๊ีบเรทตั้งไม่มี
 สัตถุญญา เดี่ยวนะ เค้าวัดกันขนาดไหน สมมติรายการจัดตอนนี้ที่จะจัดครั้งนีหนึ่งข่วโมง
 จิต หนึ่งข่วโมงมีสัก30 ข่ว
 สัตถุญญา เค้าวัดกันยังงั ละเอียดขนาดไหน
 จิต ทุกข่วามีเรทตั้งหมด
 สัตถุญญา โห
 จิต ข่วที่ 1 เรทตั้งเท่าไหร่ ข่วที่ 2 เรทตั้งเท่าไหร่ ข่วที่ 3เรทตั้งเท่าไหร่
 สัตถุญญา ดูเป็นอันๆเลยหรอ ?
 จิต 4 ...5... 6... 7... 8 ไปเรื่อยๆ ดูเป็นอันเลยครับ
 สัตถุญญา เรื่องตัวเงินตัวทอง...โอ้โห (ทำมือขึ้นสูง)
 จิต ใซ้
 สัตถุญญา เรื่องเศรษฐกิจ...อ่า (ลดมือต่ำลง)
 จิต ใซ้
 สัตถุญญา แล้วมันจะมีผลต่อไปไหมว่า จัดไม่ต้องเล่าแล้วนะเรื่องเศรษฐกิจ เรื่อง...
 จิต มีผล
 สัตถุญญา มีไหม
 จิต มีผลครับ มันเลยนำมาซึ่งวิธีการที่ผมบอกว่ ผมต้องไปเล่าโอ้ของแบบนั้นนะละ แต่ต้อง
 ฉำบเคลือบไว้ด้วยอะไรก็ตำมที่ยกเรทตั้งขึ้น

สัญญา คือผมเดาว่ากลไกนี้เกิดขึ้นกับทุกช่อง แล้วข่าวที่เป็นประโยชน์จะน้อยลงในทุกช่อง เช่นเดียวกัน

จิต จะน้อยลง มันเลยทำให้ข่าวที่ไม่มีคนดูแต่เป็นประโยชน์หายไปจากรายการข่าวในประเทศไทย

สัญญา ผมเดาว่า หนึ่งในนั้น ... ที่น่าเป็นห่วงก็คือเค้าก็อยากเอาตัวรอด ไม่อยากต้องปิดช่อง ปิดสถานีกันไป

จิต ใช่ครับ

สัญญา สอง...กองทัพนักข่าวจะลดลงแล้ว ที่เห็นถ้อยกันเยอะๆนี้ไม่รู้ว่าเป็นอะไร สาม...ที่ผมเห็นคือ ลดต้นทุนอีก

จิต ใช่ครับ

สัญญา ไม่ต้องมีนักข่าวไป ไปเอาคลิปในโซเชียลมาแล้วเล่ากัน

จิต ใช่

สัญญา พุดกันไปพุดกันมาอยู่นั่นละ

จิต แล้วข่าวแบบนั้นได้เรตติ้งนะอะ

สัญญา แล้วก็ไม่มีที่มาที่ไป รู้ว่าเป็นคลิปคลิปหนึ่ง

จิต ผู้ใช้เฟซบุ๊กได้โพสต์คลิปนี้ขึ้นมา มันเกิดเหตุการณ์นี้ครับ โห... คุณผู้ชมดูซิครับ รถมอเตอร์ไซด์จากทางนั้น โอโห..มาแล้ว ความเร็วใช้กันเท่าไหนเนี่ย ขับมาได้ยังไงแบบนั้น แล้วดูในวงกลมนะสะพานซ้ายมือมีคนคนนึงกำลังข้ามมา กำลังกดเล่นโทรศัพท์ ทำไมข้ามถนนต้องเล่นโทรศัพท์ ชนตุ้ม...ตาย...จบ

สัญญา ไม่มีต้นทุน

จิต (สายหน้า)

สัญญา โหม่งกันไปได้ 15 นาที

จิต ใช่ๆ

สัญญา เรตติ้งดีด้วย.... ตายละ ต่อไปก็อยู่กับอย่างงี้แล้ว

จิต (หัวเราะลั่น)

สัญญา จริงๆนะ

จิต อันนี้ให้อีกด้าน แต่ผมเชื่อว่าในทุกๆกองบก. ของทุกช่องผมเชื่อว่าทุกคนก็พยายามที่จะทำให้ทั้งสองอย่างมันไปด้วยกันได้

สัญญา มีอีกอันที่เป็นคำถามครับ เค้าบอกว่าแม้แต่พฤติกรรมของผู้ชมเอง บางทีจะพาตัวเองไปสู่จุดอับทางความคิด

จิต ถูกต้องครับ

สัญญา ที่คุณบอกว่า Confirmation bias มันคืออะไรครับ

จะ
 ใจ Confirmation bias ก็คือ อคติที่เข้าข้างตัวเอง คุณจะสังเกตได้ว่าเวลาคุณดู ข่าวๆ หนึ่งปั๊บ แล้วคุณเชื่อว่าเรื่องนี้นั้นเป็นแบบนี้ คุณไปหาข้อมูลเพิ่ม คุณจะไปหาข้อมูลเพิ่ม เฉพาะข้อมูลที่สนับสนุนว่าสิ่งที่คุณเชื่อมั่นถูก

สัญญา
 ใจ อ้าว มันถูกจริงๆด้วย แล้วขยายไปกันใหญ่โต ดั่งนั้นปรากฏการณ์ตรงนี้ มันไปบวกกับ ปรากฏการณ์อีกปรากฏการณ์หนึ่ง นั่นก็คือการมาของโซเชียลมีเดียนะครับ Confirmation bias ตั้งไว้ก่อนนะ ถ้าเป็นแต่ก่อนพีคอยู่ที่บ้านตื่นมาตอนเช้า ออกไปหน้าปากซอยไปร้านกาแฟ มีสภากาแฟ

สัญญา
 ใจ กินกาแฟ ดูหนังสือพิมพ์ คุยกัน คุยข่าวอะไรกันไป พีคที่กำหนดไม่ได้นะครับว่าคนรอบข้างพีคที่อยู่ในร้านกาแฟนั้นนะ คิดเห็นเหมือนกับพีค

สัญญา
 ใจ ใช่ ไม่ได้ สมัยนั้นนะ...เปลี่ยน พีคตื่นเข้ามา ไม่ไปละ...กินกาแฟอยู่ที่บ้าน เปิดเฟซบุ๊ก เข้าไปที่ new feed...เปรี้ยว ในเฟซบุ๊กจะจัดเฉพาะเรื่องที่พีคชอบขึ้นมาบนหน้า feed สมมติ พีคชอบการเมืองฝั่งหนึ่ง พีคไปกดไลค์เพจที่

สัญญา
 ใจ ฝั่งนั้น อะ เฉพาะเพจฝั่งนั้นมันขึ้นมาบนหน้า feed พีคจะไม่ได้เจอความเห็นต่างเหมือน สมัยก่อนที่เราไปสภากาแฟ

สัญญา
 ใจ อ้อ ไอ้เครื่องนี้ยังไปยืนยันข้อแรกใหญ่ มันไปยืนยัน Confirmation bias คราวนี้เราไม่ต้องหาแล้วครับ เนี่ยเค้าเรียกว่าอัลกอริทึมของตัวโซเชียลมีเดีย ที่มันจะจัดการให้เราพบปะสังสรรค์กับคนที่เห็นเหมือนเรา เท่านั้น

สัญญา
 ใจ เออ คราวนี้มันเลยทำให้ห่างไกลไปกันใหญ่ เพราะวันๆเราไม่ได้เสพความคิดเห็นต่างเลย

สัญญา
 ใจ อันนี้คุณผู้ชมต้องรู้ทันมัน คุณผู้ชมต้องรู้ทันมัน เวลาคุณดูผมอย่างงี้เหมือนกัน คุณก็ชอบทัศนคติของผม คุณต้อง ไปดูคนที่เห็นต่างจากผมบ้าง อันนี้เป็นเรื่องที่คุณต้องไปดูเอง

สัญญา
 ใจ มีเป้าหมายหรือทีวีไทย วงการข่าวของไทยเป็นยังไงบ้างไหมครับ ผมอยากให้คนไทยดูข่าวที่มันดูยาก ข่าวที่มันดูยากและมันเป็นประโยชน์

สัญญา
 ใจ ครับ เป็นแบบสาระความรู้ แต่แล้วแต่จะว่าใครจะไปฉาบไปสร้างวิธีแบบไหน ผมเชื่อว่า จำนวนช่องที่มากเกินไปตอนนี้ ทำให้มันเหมือนกับว่าช่องมันอยู่เองไม่ได้ ช่องทีวีเป็น กิจกรรมที่ต้องมีเงินพอสมควร

สัญญา
จิต ใช้
พอยู่ด้วยตัวเองไม่ได้ปั๊บ ต้องการเงินสนับสนุนจากภายนอก

สัญญา
จิต นั่นแหละ ปัญหา
บรรดาทุนใหญ่ทั้งหลายเข้ามาเข้ามาที่สื่อ คราวนี้...

สัญญา
จิต สื่อก็จะเบียด ไม่เป็นกลางแล้ว
คุณลองนึกดูก็แล้วกันว่าสภาพของสื่อตอนนี้คือ สมมติว่าสื่อสื่อหนึ่ง โดนสปอนเซอร์
สนับสนุนเป็นกิจการสักกิจการหนึ่ง

สัญญา
จิต คุณจะกล้าไปบอกว่ากิจการนี้ไม่ดีไหม
ไม่มีทางเลย แล้วแม้กระทั่งสมาชิกของคนในกิจการนี้เกิดมีคดีหรืออะไรขึ้นมาปั๊บ

สัญญา
จิต กล้าลงไหม
ไม่มี

สัญญา
จิต นั่นปัญหาละ อันนี้มีมาตั้งแต่อดีตแล้ว เราเคยเห็นมานานแล้ว กลไกแบบนี้เราก็หวังว่า
กลไกแบบนี้จะน้อยลงหรือหายไป

สัญญา
จิต ใช้
เมื่อโลกมันพัฒนาแล้ว

สัญญา
จิต ใช่ครับ

สัญญา
จิต บทสรุปครับ ท่านผู้ชมต้องมีความระลึกระหว่างติดตามชมโทรทัศน์ไปเรื่อยๆ
โดยเฉพาะข่าวของช่องต่างๆ หรือแม้แต่ข่าวในสื่อโซเชียลที่ไม่ได้เป็นสำนักข่าวด้วย
ผมเชื่อว่านะ ถ้าเราจะรู้เท่าทันสื่อจริงๆ เราต้องใจแข็ง และเราต้องยอมที่จะเปิดพื้นที่ให้
คนที่คิดไม่เหมือนเรา ได้เข้ามานั่งในใจเราบ้าง อย่าไปปักใจเชื่อว่าอันนี้ดีเสมอไม่ว่าจะทำ
อะไร มันไม่มีใครหรือครับที่จะเสนอเรื่องราวบางเรื่องได้ครอบคลุมทั้งหมด 100 % ต้อง
หาข้อมูลให้รอบด้านเสมอ

สัญญา
จิต สุดท้ายจะฝากอะไรกับท่านผู้ชมครับ เมื่อท่านนั่งอยู่หน้าจอข่าวของช่องใดก็ตาม
จงดูข่าวอย่างรอบด้าน อย่าเชื่อใครคนใดคนหนึ่งมากเกินไป

สัญญา
จิต บุคลากรของข่าวทุกสำนัก ผมเชื่อว่านะครับ มีความตั้งใจดีเสมอ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นมันเป็น
ปรากฏการณ์ แต่ว่าวันหนึ่งเราจะผ่านปรากฏการณ์นี้ไปแหละ แล้วดูว่าหลังมรสุมผ่านไป
แล้ว ท้องฟ้าสีใสมากๆ มันจะเป็นอย่างไร

สัญญา
จิต ครับ

สัญญา
จิต ขอขอบคุณคุณจิตมากครับ

สัญญา
จิต ขอขอบคุณครับ (ผู้ชมปรบมือ)

สัญญา
จิต พักสักครู่ นะครับ แล้วกลับมาชมช่วงคอลัมน์นิสต์ของเจาะใจครับ

- ดนตรีปิดเบรก -

1.2.4 การให้ข้อมูล หรือ แทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 3 ตอน

ตอนที่ 1:

แขกรับเชิญ จ้อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ - Cat Radio เป็นสถานีวิทยุออนไลน์ ที่เน้นเปิดเพลงไทยสากล และเพลงสากลนอกกระแส เป็นผู้บริหารโรงภาพยนตร์เฮาส์ อาร์ซีเอ

เบรค 1

เปอร์ : Perspective ในช่วงนี้เราร่วมมือกับ กสทช. นำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่อยู่ในวงการสื่อสารมวลชน เพื่อให้คุณผู้ชมที่รู้เท่าทันและเสพสื่อที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนะครับ เนื่องจากว่าในปัจจุบันนี้เราสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างอิสระเสรี ประชาชนจำเป็นจะมีวิจารณญาณที่ตีมากยิ่งขึ้นในการที่จะเลือกรับสิ่งที่มีประโยชน์ ละก็หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นโทษต่อตัวเองนะครับ จึงเป็นที่มาให้วันนี้เราอยากจะมาสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในวงการนี้ เขาทำหน้าที่ในการก่อตั้งคลื่นวิทยุออนไลน์ขึ้นมาในประเทศไทยชื่อว่า Cat Radio นะครับ คลื่นแห่งนี้ละครับเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้คนที่มีความฝันอยากเป็นศิลปินนั้นมีพื้นที่ที่จะแสดงผลงานของพวกเขา แล้วก็เติมโตกลายเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงต่อไปในอนาคตนะครับ หนึ่งในงานที่เขาจัดเป็นประจำทุกๆ ปี ชื่อว่างาน Cat Expo ซึ่งวันนี้เราอยู่ในงานนั้น บริเวณข้างหลังผมนี้มีวัยรุ่นเป็นหมื่นชีวิตที่กำลังรอจะเข้ามาเพื่อที่จะพบกับบรรยากาศนั้นอยู่ เดี่ยววันนี้เราจะได้พูดคุยกับบุคคลที่ก่อตั้งคลื่นวิทยุนี้ แล้วก็เป็นคนเดียวกับที่จัดงานนี้ขึ้นมาละครับ ติดตามต่อใน Perspective ค่ะนี่ให้ดีนะครับ

เปอร์ : Cat Expo ในครั้งนี้ถูกจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 5 แล้วนะครับ ซึ่งในแต่ละครั้งก็จะมีความสนุกที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ของคนที่มีโอกาสมาเที่ยวงานนี้นะครับ แต่เชื่อเลยละครับว่ามีหลายคนครับที่ยังไม่มีโอกาสได้เห็นเบื้องหลังการเตรียมงานใหญ่ๆ แบบนี้ เราจึงอยากจะชวนผู้ชมย้อนกลับไปดูครับว่าวันหนึ่งก่อนที่งานจะเริ่มนั้นทีมงานเข้าต้องทำงานกันขนาดไหน เพื่อที่จะทำให้เทศกาลดนตรีแบบนี้ล่องรับคนเป็นหมื่นๆ ชีวิตละครับ

เปอร์: พี่จ้องครับ สวัสดีครับ ยุงอยู่ปะครับพี่

จ้อง: ยุงอยู่

เปอร์: นี่ ผมอยากบอกกับคุณผู้ชมอะ หลายคนถามคำถามผมมาเยอะ

จ้อง: ว่า

เปอร์: เปอร์มีไอดอลใหม่ ผมบอกสั้นๆว่า มีรูปผู้ชายคนเดียวที่ติดเอาไว้ในห้องนอน พี่ผู้ชายคนนี้ครับ ตื่นนอนเสร็จก็ก่อนไปทำงานเจอหน้าพี่เขาทุกวันครับ ไอดอลผมอะ

จ้อง: คุณผู้ชมครับเราอาจจะไม่สามารถไปบังคับให้ใครคิดอะไรกับเราได้ แต่ว่าผมก็พยายามเตือนเปอร์ตลอดว่าอย่าคิดอะไรกับพี่เกินไปกว่านี้ พี่เป็นพี่นะเปอร์

เปอร์: ไม่ ผมติดเอาไว้เพื่อเป็นแรงบันดาลใจ แค่นั้นเองไม่มีอะไรเกินเลย

จ๋อง: สำหรับใครที่เป็นแรงบันดาลใจคุณก็ติดไว้ที่ห้องอะหรอ

เปอร์: ครับ ใช่ครับ ใช่ๆ บางคนเขาถึงขั้นสักคนเหล่านั้นไว้บนตัว ผมยังไม่ถึงขั้นนั้นนะ

จ๋อง: อ้อ หรือว่ามี ครับคุณเปอร์ มาทำอะไรครับ

เปอร์: ผมจะมาดูครับว่างาน Cat Expo ก่อนที่จะเกิดขึ้นมันมีวิธีเตรียมอย่างไร ได้ข่าวว่าตั้งแต่มี Cat Radio มาปีนี้ขายบัตรได้เยอะมากที่สุดเลยปะครับ

จ๋อง: ใช่ครับ ตั้งแต่ทำมาครั้งนี้ ครั้งที่ 5 ก็ถือเป็นครั้งที่เราขายบัตรได้ดีที่สุดแล้วครับ

เปอร์: วันนี้เราทำอะไรบ้างครับ

จ๋อง: พี่อะหรอ

เปอร์: ใช่ครับ

จ๋อง: พี่ก็อยู่เฉยๆ เลยครับ แล้วก็ดูว่า...

เปอร์: จริงหรอครับไม่ต้องทำอะไรเลยหรอครับ

จ๋อง: พี่ไม่ต้องทำอะไรเลย ยกเว้นประชุมตอน 3 ทุ่มครึ่ง แล้วก็ดูว่าที่เหลือให้มันเป็นไปตามนั้น และถ้าไม่มีใครเดินมากุ้ยกับเราก็ก๊อปทุกอย่างเรียบร้อยดี

เปอร์: ทุกอย่างเป็นไปตามนั้น

จ๋อง: ครับ แล้วพี่จะชอบมากถ้าไม่มีใครเดินมากุ้ยอะไรกับพี่เลย

เปอร์: อ้อ

จ๋อง: แสดงว่างานมันเรียบร้อย

เปอร์: แต่ผมมากุ้ยได้เนาะ

จ๋อง: เอาจริงๆ ก็ไม่ค่อย

เปอร์: ย้อนกลับไป จัดที่นี้มา 5 ปี ที่เดิมตลอดเลย

จ๋อง: ใช่ครับ

เปอร์: 4 ครั้งที่ผ่านมาเนี่ย ครั้งแรกมันเกิดจุดเริ่มต้นยังไงถึงมาจัดที่นี้

จ๋อง: เราก็ก๊อปที่มันกววนคนน้อยที่สุด คือมันเสี่ยงตั้งได้แล้วไม่มีชาวบ้านโทรมาร้องเรียนว่าเมื่อไหร่จะเลิก มันต้องใหญ่พอที่เสี่ยงจะไม่ตีกัน แล้วถ้ามันมี options เสริมก็ว่ากัน เช่น ที่นี้เคยเป็นสวนสนุกมันจะมีส่วนที่เป็นหน้าตาของสวนสนุกด้วย เออๆ อันนี้ดี

จ๋อง: ทุกวันนี้เทศกาลดนตรีมันเยอะใช้แหมะ แล้วมันแบบแต่ละคนจะขายอะไรก็ขายไปแล้วชูจุดเด่นของตัวเอง บางคนก็บอกว่าธรรมชาติมาก บางคนก็บอกว่ามันเย็นมาก บางคนว่าอะไรก็ว่าไปครับ มันเป็นเรื่องของเขา ในส่วนของเราเนี่ย ที่เราคิดว่ามันเป็นสิ่งที่เราอยากทำมาตลอด เราคืออยากบอกโลกว่ามันมีเพลงอยู่มากมาย มีวงอยู่มากมายที่มันน่าสนใจ แล้วมันรอโอกาสจากคุณอยู่ เราจัดงานก็เหมือนเป็นสะพานให้กับศิลปินกับคนที่ชอบฟังเพลงเขาได้เจอกัน เราไม่เกี่ยวเลยนะ เราไม่มีตัวตนในสิ่งนี้เลย เรามีหน้าที่เชื่อม เรามีหน้าที่เป็นสะพาน

จ๋อง: งานนี้มันไม่เหมือนชาวบ้านก็คือ งานนี้มันเต็มไปด้วยคนที่อยากมาฟังดนตรี

เปอร์: อือ

จ๋อง: คือมันไม่ใช่คนที่แบบเรามามันกัน เราแบบสุดยอด มันไม่ใช่อย่างนั้นมันเป็นเรื่องของคนชอบเพลง คนที่เข้าใจคุณค่าของการทำงาน เข้าใจเรื่องศิลปะมาเจอกัน มาอยู่ด้วยกัน ซึ่งไม่ได้แปลว่าทุกคน ต้องรู้จักทุกวงถูกปะ เราต้องรู้จักวงส่วนน้อยอยู่แล้วในงานอะ มันร่อยกว่าวงนะต้องรู้จักวงเซียว หรือ คนส่วนใหญ่ในงานต้องเป็นคนแบบนั้นเปอร์ แต่ข้อสำคัญคือเขาเป็นคนที่ใจกว้างพอที่จะไป ยืนดูอะไรที่ไม่รู้จัก

เปอร์: อือ

จ๋อง: เอ้ย มันเจ๋งดีวะ เออเนี่ยมันคือใครเนาะ แล้วส่วนมากอะไปยืนดูกันวงแบบนั้นแล้วคือปีหน้ามันก็จะ ดั่ง มันเหมือนคุณจะได้เห็นก่อน คุณจะเห็นก่อนชาวบ้านเขาอะ ดูเจ๋งปะ

เปอร์: เจ๋งๆๆ พี่พูดอะไรก็เจ๋งอยู่แล้ว

จ๋อง: นั่นนะสิครับ

เปอร์: เราได้ทราบมุมมองความคิดของงาน Cat Expo กันไปแล้วนะครับ เดี่ยวเราไปดูกันครับว่าอดีตของ ผู้ที่ จัดงานนี้เขามีเรื่องราวที่อยู่เบื้องหลังอะไรบ้างถึงทำให้เขาสามารถมาจัดเทศกาลดนตรีขนาด ใหญ่ขนาดนี้ได้ครับ

เปอร์: อยากจะให้พี่จ๋องย้อนความสัณนิษฐานครั้งว่าจริงๆ ก่อนที่จะมาคิดเรื่องเกี่ยวกับวงการเรื่องพวกนี้ จริงๆ เนี่ยจุดเริ่มต้นมันมาจากอะไร ตอนเด็กพี่ชอบฟังเพลงอยู่แล้วหรือว่าอะไรอย่างเงี้ยอะฮะ

จ๋อง: พี่ว่าสมัยเด็กๆ ก็พี่ว่าพี่เป็นเด็กธรรมดาตามากเลยเปอร์

เปอร์: พี่เรียนสวนกุหลาบใช่ไหมฮะ

จ๋อง: ใช่ครับ รุ่นพี่

เปอร์: ครับ รุ่นพี่สวัสดิ์ครับ

จ๋อง: ครับ

เปอร์: สมัยอยู่โรงเรียนพี่ทำกิจกรรมอะไรอะครับ

จ๋อง: พี่ก็ทำชุมนุมชื่อสังคมศึกษา พี่ก็ทำกิจกรรมประเภทการเมืองหน่อย วันรพี วันรัฐธรรมนูญ อะไร แบบนี้ ซึ่งโดยทั่วไปก็จะทำบอร์ดอันนิ่งกัน พอเป็นยุคเรากันเราก็จัดงาน

จ๋อง: คือเราก้เริ่มหัดทำเฟสตีวัลอะไรมาตั้งแต่สมัยเด็ก โดยที่เราไม่รู้จักเฟสตีวัลเลยด้วยซ้ำ ตอนม.6 เป็น กรรมการนักเรียนก็จัดนิทรรศการ นิทรรศสวนซึ่งเป็นงานโรงเรียนที่แบบว่า

เปอร์: เขามีอยู่แล้ว

จ๋อง: ไม่มี

เปอร์: พี่เป็นนิทรรศสวนปีแรกหรือ

จ๋อง: พี่เป็นปีแรกหลังจาก คือเขาเคยมีอีกครั้งตอนโรงเรียนครบรอบ 100 ปี

เปอร์: อ้อเขาไม่มีมา ที่ 4 ปีมีครั้งนึงเนี่ยมันเกิดขึ้นในยุคพี่ คือนิทรรศสวนเนี่ยเป็นนิทรรศการที่ให้เด็ก มัธยมทำกิจกรรมกันเองในแต่ละชุมนุมที่หลากหลาย แล้วก็ชวนคนทั้งในและนอกโรงเรียนมาร่วม กิจกรรม

จ๋อง: ครับ

เปอร์: ก็ถือเป็นเทศกาล

จ๋อง: ใช่ จากนั้นมาก็เรียนมหาวิทยาลัยก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ต่างไปจากเดิมเท่าไรก็ยังทำแบบนั้น

จ๋อง: ผมเรียนหนังสือพิมพ์ เพราะว่าตอนเด็กเนี่ยอยากจะเรียนอะไรที่มันเกี่ยวกับไม่หนังสือพิมพ์ก็การเขียนจริงๆอาชีพที่ไฝ่ฝันตอนอายุ 14 คือการเป็นคนเขียนบทหนัง

เปอร์: ก็เลยเข้าไปเรียนแล้วสุดท้ายทำไมไปอยู่สายวงการวิทยุได้ยังไงอะครับ

จ๋อง: พี่เข้าไปตอนอยู่ในเทศเนี่ยพี่ก็ไปเจอพี่เต็ด พี่เต็ดพี่เต็ดเข้าไปพี่เต็ดอยู่ปี 4 พี่อยู่ปี 1 แล้วก็แบบเด็กที่อยากทำอะไรอยู่ตลอดเวลา นั้นเราเห็นพี่เต็ดกำลังทำอะไรเราก็ไปขอเขียนบท พอผมปี 3 เริ่มปี 3 พี่เต็ดกำลังจะเริ่มทำรายการวิทยุที่ Atime ชื่อ Hot wave เราก็ถูกเรียกไปเหมือนทำงานด้วยกันอะไรแบบนี้ ก็เลยเริ่มเกี่ยวข้องกับวิทยุตอนนั้น ทีนี้พอเรียนจบเนี่ยรุ่นพี่ก็มาเรียกอีกให้ไปทำหนังสือพิมพ์ไปทำอยู่ได้สัก 6 เดือน 7 เดือน พี่เต็ดก็โทรมาตามว่ากลับมาทำรายการวิทยุดีกว่า จากนั้นก็เลยแบบมาเกี่ยวข้องกับรายการวิทยุตั้งแต่นั้นมาไม่เคยได้ออกไปอีกเลย

จ๋อง: จริงๆ ผมรู้สึกที่ผมทำงานเป็นครีเอทีฟนั้นแหละแต่ว่าก็ไม่ได้ทำงานจริงจังอะ เราก็ไม่ได้รับเงินเดือน

เปอร์: ไม่มีเงินเดือนด้วย

จ๋อง: ไม่มี ผมควรได้ใช้ไหมครับ พี่เต็ดครับเออ...ให้ทีหลังยังได้นะครับ

เปอร์: ไม่เขาเรียกพี่ไปนั่งเล่นด้วยเปล่า ลูกคู่แก้เหงาอะไรอย่างงี้ ผมไม่รู้

จ๋อง: คือคล้ายๆ ยังงั้น แต่มันมากกว่านั้นอะ

เปอร์: คลื่น Hotwave ในสมัยนั้นก็คือคลื่นวัยรุ่น

จ๋อง: วัยรุ่น แล้วก็วัยรุ่นที่มันไม่เหมือนใครในหน้าปัดอะ

จ๋อง: ตอนเนี่ย Hot wave เนี่ยรายการวิทยุมันขึ้นไปอีกแบบคือมันไม่มีความเป็น format station คือหมายความว่า 10 โมงเช้าคลื่นเดียวกัน 10 โมงเช้าอาจเป็นรายการเพลงแจ๊ส เทียงกลายเป็นรายการเกษตรเฉยเลย เออแล้วแบบว่าบ่ายสองเป็นรายการกีฬา

เปอร์: อยู่ที่ว่าใครมาเช่าเวลาในคลื่น

จ๋อง: ใช่ มันคือการเช่าเวลาแบ่งเช่าเวลาเป็นช่วงๆ นั้นพอวันที่เราเริ่มทำรายการวัยรุ่นเป็น format station นั่นก็คือความแตกต่างแหละแล้วมันก็สำเร็จในตอนนั้น

เปอร์: จะเปิดฟังตอนไหนก็โดนใจวัยรุ่นตลอดสำหรับวันนั้น

จ๋อง: มันมีความใกล้เคียงกันไม่ได้แตกต่างกันจนขนาดร้อยเปอร์เซ็นต์เหมือนเมื่อก่อน ทีนี้พอเราตอนเริ่มทำ FAT สภาพวิทยุมันเปลี่ยนไปไอ้ความรู้ของคนทั้งนั้นแล้วที่ทำรายการเป็น format station โหตอนเราเริ่มทำ FAT มันเหมือนกันไปหมดเลยเราเลยรู้สึกว่าเราต้องทำให้มันต่าง เราไม่มีความคิดประเภทแบบอยากทำอะไรที่เขามืออยู่แล้ว แล้วเวิร์คเลยทำตามเราไม่ใช่คนแบบนั้น เราอยากทำให้มันแตกต่างออกมา

จ๋อง: เพลงที่เราเปิดวันนี้คุณไม่รู้จักไง คุณก็งมมันหน่อยละ ศิลปินชื่ออะไรไม่รู้ ค่ายไม่เคยได้ยิน แต่ว่าเราหวังวันพรุ่งนี้หลังจากคุณได้ฟังไปแล้วคุณจะชอบมัน

เปอร์: ครับ

จ๋อง: อย่างไรก็ตามเราต้องยอมรับความจริงที่ว่ารายการวิทยุที่ร้องตามไม่ได้อะมันยอมไม่เป็นมิตร เรตติ้งมันยอมไม่ดีแต่อยากทำรายการแบบนี้อะไม่อยากจะเปลี่ยนเป็นอย่างอื่นทำยังไงดี จึงเป็นที่มาของการต้องหารายได้ทางอื่น ถ้าคุณไม่ซื้อโฆษณาทางวิทยุตามปกติเพราะเรตติ้งเราไม่ดี คุณลองมาซื้อโฆษณาผ่านกิจกรรมไหมละ เป็นสปอนเซอร์ผ่านอีเวนท์นั่นนี่มันไหมละ เราจึงแบบลุกขึ้นมาทำกิจกรรมมากมายเลย คนก็ชอบบอกว่าชยัน

เปอร์: สมัยก่อน

จ๋อง: เออ ตอน FAT คนก็ชอบพูดว่าชยัน ไม่ได้ชยัน ทำมากิน บอกว่าทำมาหากินก็ไม่เชื่อกัน จริงๆ ทำมาหากินจริงๆ นะ คือทำให้คนมาซื้อสปอนเซอร์ทางอื่น

เปอร์: และด้วยความที่อยากจะให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคนั้นมีโอกาสได้พบเจอกันในพื้นที่ของวงการเพลงนะครับ จึงเป็นที่มาที่ทำให้เกิดเทศกาลดนตรีที่ประสบความสำเร็จที่ชื่อว่า FAT FESTIVAL นั่นเองครับ

เปอร์: เดี่ยวช่วงหน้าเราจะมาติดตามกันต่อถึงวิธีการทำคลื่นวิทยุ FAT Radio ในสมัยอดีตของพีจ๋องนะครับ

เบรค 2

Voice over เปอร์ : และด้วยความต้องการที่จะเพิ่มความหลากหลายให้กับคนที่มีโอกาสได้ฟังเพลง จึงทำให้พีจ๋องนั้นทำคลื่น Fat Radio ขึ้นมาละครับ ซึ่งถึงแม้ว่าจะไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องของรายได้ เขาก็ที่มันทำให้ศิลปินที่ไม่เป็นที่รู้จักกลายเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงขึ้นมาเยอะแยะมากมายละครับ

เปอร์ : ในมุมของธุรกิจเนี่ยครับ คนที่ทำธุรกิจส่วนใหญ่ เขาจะบอกว่าถ้าเราอยากทำธุรกิจมีแผนธุรกิจแล้ว ไป ทดลอง เมื่อยอดขายไม่ได้ ไม่สัมฤทธิ์ผล แปลว่าไอ้แผนที่เราวางไว้มันต้องผิด

จ๋อง : ครับ

เปอร์ : เช่นเดียวกัน หมายความว่าพีเปิดเพลงนอกกระแส ที่คนไม่อันนี้

จ๋อง : ซึ่งมันผิดตั้งแต่แรกแล้ว

เปอร์ : มันไม่ success พีก็ไม่ยอมเปลี่ยนมาเปิดเพลในกระแส ทำไมเราต้องคือ

จ๋อง : พีก็เหมือนคนธรรมดาทั่วไปเปอร์ พีก็ผ่อนบ้าน ซื้อรถพีก็ผ่อนรถ คนที่ทำงานกับพีทุกคนก็เป็นแบบนั้น ที่ต้องการรายได้ แต่เรา เราดันมีความเชื่อร่วมกันว่า เราอยากมีรายได้จากสิ่งที่เราชอบนั่นแหละ เราไม่อยากทำอย่างอื่น เราอยากให้คนไทยได้รู้จักกับเพลงดีๆ

เพราะมันมีคนตั้งใจทำงานดี ๆ อยู่มากมาย เพราะมันไม่ได้ยากหรอก แค่คุณได้ฟังอะ เราพยายามหาสูตรที่ลงตัวด้วยนะ ลองใส่แบบร้องตามได้ ร้องตามไม่ได้ผสมกันก็ได้ไหม ไม่ได้ไม่ลงตัว

เปอร์ : ครับ

จ๋อง : เออ มันก็...ก็ค่อยๆ เรียนรู้กันไป แต่ท้ายที่สุดแล้วเราอยากทำอะไรละ เราไม่อยากจะเปลี่ยนอีกใช้ไหม เราเลยต้องหาทางรอดให้ได้เพื่อจะได้ทำในสิ่งที่เราอยากทำเหมือนเดิม

จ๋อง : เราก็ก่อนเลยทำคอนเสิร์ตนู่นนี่นั่นเยอะ แล้วก็ประสบความสำเร็จดีทุกอันเลย แต่ก็รู้สึกว่ามีคำถามเล็กๆ ในใจพวกเรานะ แต่ว่าไอ้คนฟังเราจริงๆ มันมีเปลวอะ

เปอร์ : เอ้อ คลื่นเรามีคนฟังไหม

จ๋อง : มีไหมอะ

เปอร์ : แต่ทำไมงานเราจัดแล้วมีคนเยอะ

จ๋อง : แต่นั่นมันเป็นคอนเสิร์ตใจ เป็นไปได้ว่าเขาเป็นแฟนศิลปิน เขาอาจจะไม่ได้เป็นแฟนคลื่นเราก็คงได้นะ เลยมีสิ่งที่มีมันอยู่ในใจเรามาตลอดว่าเออ มันน่าจะมึงงานที่มันสะท้อนคลื่นเราออกมาจริงๆ แล้วแบบพนักงานคนหนึ่งเดินมาในห้องประชุม ห้องทำงานพีดีทีไม่ได้ปิดประตู มีผมนั่งอยู่ 2 คน แล้วอาจจะจะมี 3-4 คนไม่รู้อะแต่คุยเรื่องอื่นนั่นนี่ คนนั้นชื่อ ป้าเอ ป้าเอ ตอนนั้นเธอเป็น AR ของบริษัทเรา เธอก็บอกว่า มัรงานน่าจะมึงงานคอนเสิร์ตแล้วขายของด้วยเนอะ แล้วก็เอ๊ะ

เปอร์ : คืออยากซื้อ

จ๋อง : เออ เว้ย คืออันนี้ต้องให้ผู้หญิงพูดใจคือผู้ชายคิดไม่ออกอะ

เปอร์ : เขาอยากซื้อ เขาอยากซื้อ

จ๋อง : โอเค เนิยมันถูกเริ่มต้นพัฒนาไปเป็น Fat Festival

จ๋อง : ทำๆ ไปมันก็อ้อก็มันเวิร์คดีเนอะ มันก็ตอบโจทย์ทั้งธุรกิจด้วยทั้งชื่อเสียงด้วยให้โอกาสคนด้วยมีวงที่แบบไม่มีใครรู้จักและกลายเป็นวงดังไปมากมาย แต่ถึงตรงนี้ Fat Fest พอมันทำมาสักพักนึง มันเริ่มมีรูปแบบที่น่าเบื่อ คือมันต้องมีคาร์แร็กเตอร์ประมาณนี้ มีทรงประมาณนี้ พี่ว่าน่าเบื่อ เราขึ้น เราเริ่มต้นมาโคตรมั่วเลย เรารู้ว่างานมันมั่วจะตาย เราว่ามันจะมีอะไรก็ได้ไม่มีอะไรก็ได้สิ แต่ว่า perception ของคนที่มาร่วมงานรู้สึกว่าการ Fat ต้องอย่างนี้ งาน Fat ต้องไม่ใช่อย่างนั้น พี่รู้สึกว่ามันไม่ใช่ Fat Fest มันกลายเป็นรูปแบบของแบบชาวอินดี้อะ พี่ไม่ได้จะทำเทศกาลเพื่อชาวอินดี้เนี่ยๆ เลยตั้งแต่

เปอร์ : หรือเขามองว่าเด็กแนว

จ๋อง : นี่ไง

เปอร์ : อ่า

จ๋อง : เราไม่ได้อยากทำอย่างนั้นอะ เราทำ Fat Radio หรือเราทำ Fat Festival เพื่ออยากจะบอกว่าโลกนี้มันหลายหลายจังเลยคุณ คุณไม่ต้องชอบอินดี้ก็ได้ คือคุณชอบศิลปินคนไหนก็ได้มันเรื่องของคุณ ดังนั้นเนี่ยศิลปินตั้งแต่ดังที่สุด จนถึงไม่ดังเลย คุณชอบได้ทั้งนั้นแหละ ถึงตรงนี้ Fat Festival มันมีความแบบเทศกาลอินดี้ซะจนผมว่า ผมไม่อยากทำต่อ

Voice over เปอร์ : จาก Fat Festival ที่กำลังประสบความสำเร็จเป็นระยะเวลาต่อเนื่องถึงเวลาที่ต้อง
อวสานลง จึงทำให้เกิด The last Fat Fest ปิดตำนาน12ปี ของ Fat Festival ละครับ และสุดท้ายก็เกิด
มหรรมดนตรีใหม่ขึ้นมาที่ชื่อว่า Cat EXpro ที่เรากำลังอยู่กันในขณะที่นี้นั่นเองครับ

จ้อง : เดินเข้ามาตรงนี้จะป็นโซนที่เป็นหัวใจของ Cat Expro คืออาจจะบอกว่าอะไรที่ Cat
Expro ไม่เหมือนใครเลยก็คือโซนนี้ เพราะว่าหน้าจาศิลปินมันเป็นไปได้ว่ามีอาจจะเหมือนกันก็ได้
ใครไปชวนวนวงที่เหมือนกันมาเล่นก็อาจจะเหมือนกันเลยก็ได้ ถูกปะฮะ

เปอร์ : อ่าฮะ

จ้อง : แต่ส่วนที่มันต่างกันโดยสิ้นเชิงคือโซนนี้ มันคือโซนแห่งความภาคภูมิใจของพวกเขา
Cat เลย มันคือโซนตลาดค่ายเพลง

เปอร์ : อ้ออ

จ้อง : คือจากนี้ไปบริเวณทั้งบริเวณนี้ ที่เป็นเด่นที่ทั้งหมดนี้ มันจะเป็นการที่ศิลปินมาขายของ

เปอร์ : อ่าฮะ

จ้อง : เอาผลงานซีดี แผ่นเสียงหรืออะไรก็ตามที่เขาทำในรอบปีมาปล่อยกัน แล้วที่สำคัญคือ
เขามาขายเอง

เปอร์ : อ้ออ เพราะฉะนั้นจะเป็นงานที่ตัวคนทำเองเจอกับคนที่เป้นแฟนๆเอง

จ้อง : ใช่

เปอร์ : พูดง่ายๆที่เป็นงานทั่วไปคือผู้บริโภคพบกับผู้บริโภค

จ้อง : แต่

เปอร์ : แบบนั้นเลย

จ้อง : แต่เราจะใช้คำว่า การซื้อมันก็เหมือนการบอกรัก มันคือการที่เขาไม่ได้มาแสดงความ
รักซึ่งกันและกัน แสดงความชื่นชอบซึ่งกันและกัน มาได้พูดคุยด้วยกัน ซึ่งผมว่ามันเป็นส่วนที่งาน
อื่นไม่มีทางมี

เปอร์ : เด็กมหาลัยสามารถจัดงานแบบพีได้ไหม เออ

จ้อง : ผมว่าใครก็จัดงานแบบผมได้ทั้งนั้น ทำไม่จะทำไม่ได้ ผมหัดทำเทศกาลอะไรผมก็หัด
ทำตั้งแต่เด็ก ใครๆก็ทำได้ทั้งนั้นแหละ

เปอร์ : อืออ

จ้อง : ผมไม่ได้เก่งที่สุดแน่นอน ผมยืนยัน

เปอร์ : เพราะฉะนั้นที่พี่บอกว่าพี่เคยจัดเนี่ย สนามโล่งๆอย่างนี้ก็ไม่ต่างกับสนามฟุตบอล
โรงเรียนที่เคยจัด

จ้อง : ผมก็ว่านะ

เปอร์ : อ้ออ

จ๋อง : เออไอ้คอนเสิร์ตที่มีหลายศิลปินเล่นด้วยกัน ก็หัดทำตั้งแต่สมัยเด็กนั่นแหละ ผมทำที่
 นิเทศก็เลยทำนะฮะ เป็นเทศกาลดนตรี
 เปอร์ : ที่นิเทศทำอะไรครับ
 จ๋อง : ตอนนั้นอิรักมันบุกคูเวต
 เปอร์ : ครับ
 จ๋อง : ผมเลยจัดเทศกาลดนตรีวุ๊ดสต็อค ขึ้นมาที่คณะ
 เปอร์ : มันเกี่ยวอะไรกับอิรักบุกคูเวตครับ วุ๊ดสต็อคมันอยู่ที่อเมริกาไม่ใช่หรือครับ
 จ๋อง : เราอยากจะพูดเรื่องสันติภาพ หาเรื่องอะ
 เปอร์ : เอ้อ
 จ๋อง : ก็ไปรวมพวกวงในคณะมา รวมตัวกันเล่นแล้วก็ไปซื้อกระดาษไขจากสามย่านมาแปะ
 แล้วก็เอาเครื่องฉายสไลด์ที่มีแต่ภาพดอกไม้มาฉายข้างหลัง ซึ่งสมัยเด็กเรียกว่า โมชั่นกราฟฟิก
 เปอร์ : อ้ออ
 จ๋อง : แล้วก็ฉายกันไป ตั้งๆๆ อะไรวะแบบนี้
 จ๋อง : อันนี้เวที 1 มันก็เป็นเวทีที่น่าจะรองรับคนอยู่ด้วยพร้อมๆกันราวๆสัก 5,000 จนถึง
 8,000
 เปอร์ : เคยไหม
 จ๋อง : ที่ ?
 เปอร์ : ที่พื้นที่ขนาดนี้เพื่อคน 5,000 มาอยู่หลักร้อย
 จ๋อง : โชคดีที่ยังไม่เคยเจออะไรแบบนี้เนี่ย แม้ว่าเราไปจัดงานที่แบบเขาบอกว่ายากจังเลย เขา
 บอกเสียงใหม่ยากปราบเซียน เราก็ยังไม่เคยเจอ เราโชคดีที่ ที่คนชอบอะไรเหมือนเรามันมีอยู่จริง
 เปอร์ : โดยที่ปกติเวลาเขาจะจัดงานกันเขาจะต้องมีการรีเสิร์ชหรืออะไร ของพี่ไม่มีเลย
 จ๋อง : ไม่เคยทำ
 เปอร์ : ความรู้สึกล้าวนๆ?
 จ๋อง : ล้าวนๆ เพราะว่า เราไม่ได้คนประหลาดอะเปอร์ โอเคเราอาจจะคิดอะไรไม่เหมือน
 ชาวบ้านบ้างแต่เราไม่ใช่คนประหลาดอะ ดังนั้นอะไรที่เป็น common sense เรามันควรจะใช้มัน
 ไม่ควรประหลาด
 จ๋อง : มีบ้างที่งานมันไม่เวิร์ค มันมีบ้างแต่ไม่ถึงขั้นแบบว่า 5,000แล้วเหลื้อร้อย ไม่เคยมี ถ้า
 เปอร์จำได้เราเคยทำอันนี้ด้วยซ้ำตอน Fat จำได้ไหม เราทำคอนเสิร์ตที่เราไม่บอกว่าศิลปินคนไหน
 เล่นจำได้ปะ Fat live เหยียบสลิป จำได้ปะ
 เปอร์ : อ้อ จำได้ฮะ
 จ๋อง : นั่นคือคอนเสิร์ตที่เราไม่บอกว่าใครเล่นนะเปอร์จำได้ไหมฮะ ก็มีคตบ้ำซื้อบัตรไป
 8,000 คน ใครเขาจะกล้าทำกัน เราก็ทำมาแล้วอะฮะก็มีคน 8,000 คนไปดูอะหวังว่า 15,000c9
 แต่มันก็ได้ 8,000เิง ถ้ามว่าผิดคาดใหม่ก็ผิดคาดไปหน่อย แสดงว่ามุกนี้แรงไปเกินไปเนอะ

คอนเสิร์ตที่คนเขาแบบไม่รู้วาศิลปินเป็นใครแล้วเขาจะมาดู แรงไป แต่อย่างน้อยมันก็มีคนส่วนหนึ่ง
มันก็พอเห็น แต่ว่ายังไม่เคยพลาดขั้นแบบว่าโหไม่ได้ ยังโชคดีที่ยังไม่เคยเป็นแบบนี้ แล้วก็หวังว่า
พรุ่งนี้จะไม่เป็นแบบนี้

- เปอร์ : พรุ่งนี้ผมจะไปรื้อที่บ้าน
จ้อง : เพราะว่า
เปอร์ : ผมอยากมาเห็น Cat Expro ที่มีคนเยอะที่สุดตั้งแต่เคยมีCatมา
จ้อง : แต่พี่มาเร็วมากเลยนะ เปอร์จะมาตอนนั้นทำไม ยังไม่เห็นคน
เปอร์ : ผมอยากมา
จ้อง : อยากมา ?
เปอร์ : ผมอยากรู้พี่มาทำอะไร
จ้อง : โอเค
เปอร์ : โอเคครับ
จ้อง : ไปถูกปะ
เปอร์ : น่าจะไปถูกครับ
จ้อง : โอเค
เปอร์ : สวัสดีครับ
จ้อง : แล้วมาตรงเวลาปะ
เปอร์ : ตรงเวลาครับ
จ้อง : ไม่ให้ต้องรอใช่ปะ
เปอร์ : ไม่ต้องรอครับ พี่จะซื้อกาแฟอะไร
จ้อง : ซื้อให้ผมสิครับ ไม่เห็นต้องถามเลย คุณจะต้องบริการอยู่แล้วอะ
เปอร์ : ไม่ แล้วพี่อยากจะทำอะไรครับ
จ้อง : ถามอย่างนี้สิครับ เอ้อ
เปอร์ : พี่อยากจะทำอะไรครับ
จ้อง : เอากาแฟดำธรรมดา
เปอร์ : กาแฟดำธรรมดา เหยีย
จ้อง : ทำเองครับสิครับ ทำเอง
เปอร์ : ครับทำเอง
จ้อง : จะไปสั่งอะไรใครเขาครับ

เบรค 3

Vo. และตอนนี้ครับเราก็อู่กันที่หน้าคอนโตของพี่จ้อง

- เปอร์ : สวัสดีครับ

จ้อง : สวัสดีครับ
เปอร์ : พร้อมไหมครับ
จ้อง : ผมพร้อม คุณมาช้าเปล่าครับ
เปอร์ : นิดเดียวครับ
จ้อง : ไปครับ
เปอร์ : เมื่อคืนดีไหมครับ
จ้อง : ไม่มากๆ 5 ทุ่มกว่าๆ 5 ทุ่มครึ่ง

Vo. เราจะมาติดตามชีวิตของผู้บริหารคลื่น Cat Radio กันครับว่าวันที่กำลังจะมีงาน Cat EXPO เริ่มขึ้นในช่วงเย็น หน้าที่ของผู้บริหารที่จัดงานนี้เขาต้องทำอะไรกันบ้างตั้งแต่เริ่มต้นวันเลยละครับ

เปอร์ : นื่องานที่เท่าไรของพี่แล้วครับ ในชีวิต
จ้อง : งานอะไรครับ
เปอร์ : งานที่ต้องจัด Event ให้คนมาเป็นร้อยได้ยังครับ
จ้อง : มันน่าจะเป็นร้อยแล้วมั้ง
เปอร์ : ไม่มีความกังวล ไม่มีความตื่นเต้น ไม่มีอะไรเหลืออยู่เลยหรือครับ
จ้อง : ความตื่นเต้นอาจจะน้อยลง แต่ว่า...
เปอร์ : เมื่อก่อนมีไหมครับ
จ้อง : มีสิครับ ผมเป็นคนนะครับเปอร์ มีความรู้สึกมีความกังวลอะไรตามปกติ
เปอร์ : ครับ
จ้อง : แต่ว่าเรื่องความกังวลเดี๋ยวนี้มันเฉยๆ เพราะว่าเมื่อคืนประชุมก็บอกทุกคนว่าแบบ มันคงแปลกมากเลยถ้าเราทำงานแล้วมันไม่มีปัญหาเลย ถ้าไม่มีเรื่องเซอร์ไพรส์เกิดขึ้นมันคงแปลกมาก ไม่ว่าคุณจะทำเตรียมตัวดีแค่ไหนอย่างไร
เปอร์ : การอุดรอยโหว่แบบ...
จ้อง : คุณได้คิดล่วงหน้าไว้ว่าน่าจะมีปัญหาอะไรบ้างก็ตาม
เปอร์ : คาดการณ์ไว้แล้ว
จ้อง : มันก็ต้องมีปัญหาค่ะคุณคาดไม่ถึงแน่ๆอยู่แล้วครับ แค่ว่าที่เราก็คือมีสติและก็แก้มันไปมันธรรมดาตามาก ก็เหมือนชีวิตผมนี้ก็น้องจะมา 10 โมง แต่มา 10 โมงกว่าๆอะไรอย่างนี้
เปอร์ : ผมมา 10 โมงพอดี
จ้อง : อ่าวเหอ
เปอร์ : ผมมา 9 โมง 58
จ้อง : เอ้อ มันก็เรื่องธรรมดา
เปอร์ : ถ้าสมมุติว่าย้อนให้ฟังว่าแบบ จากประสบการณ์ตั้งแต่พี่ยังเด็ก แล้วประสบการณ์มันทำ

ให้เราคิดรอบด้านมากขึ้น หรือลงตีแหลมมากขึ้น หรือหมายความว่า รู้ว่าสิ่งที่ไหนที่มัน ควรจะป้องกันมากขึ้นพอบอกได้ไหมครับ

จ้อง : เปอร์ เราเองไม่สามารถมีประสบการณ์ได้กับทุกเรื่องถูกไหม

เปอร์ : ครับ

จ้อง : และเราไม่สามารถนั่งอยู่เฉยๆแล้วมีประสบการณ์ขึ้นมาได้ การที่เราเดินออกไปโดน หนามเกี่ยวบ้าง โดนแดดแล้วแบบไหม้บ้าง มันคือเรื่องที่มันแบบ มันจะสอนเรา

เปอร์ : ธรรมชาติ

จ้อง : พี่ยกตัวอย่างๆหนึ่งแล้วกัน ตอนอยู่ ม.4-5 นี่แหละ ทำงานชื่องานรัฐธรรมนูญมี คอนเสิร์ตเลยชวนพี่หิงมาเล่น ก็พอจะได้ยินข้อมูลจากพวกรุ่นพี่เขาพูดๆกันว่า น้ำหงาชอบอยู่หลัง สวน เออตกลงไปวันเดียวแล้วเจอเลย แล้วแบบใส่ชุดนัดเรียนรอลงกลางคืนแล้วก็มาที่หลังสวน แล้วก็ไปเดินหาน้ำหงา

เปอร์ : แล้วเจอ

จ้อง : แล้วเจอ เราก็ตื่นเต้นมาก น้ำหงาครับผมมีงานที่โรงเรียนอยากจะชวนน้ำหงาไปเล่น ไม่ มีค่าตอบแทนให้นะครับ ก็บอกแกก็มา นี่มันก็เป็นตัวอย่างของการที่แบบว่าความมุ่งมั่นของเด็กมา นั่งนึก ถ้าวันนี้นะเราอายุเท่านี้ เรายังมุ่งมั่นเท่าเรายังอยู่ ม.5 นะ เราคงทำอะไรสำเร็จได้มากกว่านี้ อีกเยอะเลย

Vo. นี้ 5 ชั่วโมงก่อนงานเริ่ม และทันทีที่มาถึงสถานที่จัดงานครับ พี่จ้องก็ขออนุญาตไปเปลี่ยนเสื้อผ้าเพื่อเป็น เสื้องานนี้ก่อนนะครับ

เปอร์ : นี่คือเสื้อประจำปีนี้

จ้อง : มีหลายลาย

เปอร์ : คืออะไรครับ เทศกาลดนตรีของคนเล็กๆ

จ้อง : ก็เทศกาลของเรา Cat EXPO มันเป็นเรื่องของคนเล็กๆ

เปอร์ : ครับ

จ้อง : คนที่เป็นแบบคนธรรมดาคนหนึ่งนี้อาจจะมีรสนิยมแบบนี้ อะไรอย่างนี้ มันเป็นเรื่อง ของคนเล็กๆที่ชอบอะไรเหมือนกัน

เปอร์ : เดี่ยวพี่ต้องทำอะไรต่อครับ

จ้อง : เดี่ยวพี่ต้องทำงานที่ต้องทำทุกครั้งครับ พี่จะได้รับคำสั่งจากทีมงานให้สวดคาถาชิน บัญชรทุกครั้งในการจัดงานครับ นี่เป็นงานเลย

เปอร์ : นี่ผมเป็นดีเจ Cat นะ ผมไม่เคยทราบเลย

จ้อง : ครับ เพราะเปอร์ไม่ค่อยสนใจใครครับ

เปอร์ : สนใจครับ นี่เป็นเคล็ดลับใช้ไหมครับ

จ้อง : มันก็เป็นงานเบื้องหลัง ถ้า...
 เปอร์ : แล้วพร้อมจะสวดยิ่งครับ
 จ้อง : ผมพร้อมแล้วครับ คุณเปอร์พร้อมไหมครับ
 เปอร์ : พร้อมครับ เตียวไปสวดด้วยครับ
 จ้อง : ตรงนี้แหละครับผมไม่สวดตรงไหน ผมนั่งสวดตรงนี้
 เปอร์ : อ้อ ตรงนี้
 จ้อง : ครับ
 เปอร์ : ผมก็นึกว่าที่จะต้องไปสวดที่ไหน
 จ้อง : ไม่ครับ คุณเปอร์...เสิร์ฟทสวดครับ
 เปอร์ : คาถาชินบัญญัติ
 จ้อง : ครับ ก็น่าจะใช้เวลาประมาณ 45 นาที เป็นต้นไป ห่างเพื่อสักชั่วโมงหนึ่ง ไหวไหมครับ
 เปอร์ : ไหวครับ
 จ้อง : สมาชิกได้ไหมเพราะว่ามันจะมีเสียงดนตรีอะไรตลอด
 เปอร์ : ได้ครับ
 จ้อง : สวดกับพีเลยใช่ไหม
 เปอร์ : ครับ
 จ้อง : เอาเลยนะ
 เปอร์,จ้อง : นะโม ตัสสะ ะคะวะเต อระหะโต สัมมาสัมพุทธ ัธัสสะ
 นะโม ตัสสะ ะคะวะเต อระหะโต สัมมาสัมพุทธ ัธัสสะ
 นะโม ตัสสะ ะคะวะเต อระหะโต สัมมาสัมพุทธ ัธัสสะ
 จ้อง : หลังจากนั้นให้อธิฐานก่อน ขอให้งานราบรื่น ปุตตะกาโม ละเ...

Vo. ต้องบอกคุณผู้ชมก่อนว่าเป็นภาพที่หลายๆไม่ทราบนะครับ ว่าบุคคลที่เขาจัดงานคอนเสิร์ตแบบนี้ เบื้องหลังต้องมานั่งสวดมนต์นานๆแบบนี้ท่ามกลางเสียงดนตรี ท่ามกลางความวุ่นวาย เป็นเวลาเกือบชั่วโมง ก่อนที่มหกรรมดนตรีในครั้งนี้จะเริ่มต้นขึ้นครับ เราก็ไม่รู้ว่าทำไมถึงทำไปเพื่ออะไรแต่ที่แน่ๆหากใครได้มีโอกาสสวดคาถาชินบัญญัติจบหลายๆครั้งแบบนี้ คุณจะรู้สึกสงบและมีสมาธิขึ้นอย่างแน่นอนครับ

เปอร์ : พี่รู้ไหมว่าสวดไปเพื่ออะไร
 จ้อง : ไม่รู้ แค่ว่าสวดเพื่อความสบายใจ
 เปอร์ : ความหมายรู้ไหม
 จ้อง : ความหมายพอรู้บ้าง แต่ว่าเอาจริงๆไม่ค่อยสนใจ พี่รู้สึกว่ามันคืออะไร ภาษาบาลีนี่ มันพูดว่าอะไร มันคือความสบายใจของปีก่อน สองคือพี่รู้สึกว่ามันก็เหมือนการฝึกสมาธิสักอย่าง หนึ่งท่ามกลางในความวุ่นวายเสียงดังแบบนี้ และเรายู่กับสติเราได้นานแค่ไหน

เปอร์ : และที่รู้สึกว่ามันทำให้เรานิ่งขึ้นเนี่ย สามารถจัดการปัญหาต่างๆที่จะเกิดขึ้นในวันนี้ได้ไหม

จ้อง : ที่รู้สึกว่ายว่ะ มันคือการทำสมาธิวันละครั้ง

เปอร์ : ก่อนงานจะเริ่ม

จ้อง : ใช่

เปอร์ : พี่เล่นเอาผมหิวข้าวเลย

จ้อง : ก็มันเหนื่อยครับน้อง

เปอร์ : เหนื่อยมากเลยครับ

จ้อง : เหนื่อยครับ ไม่ใช่ธรรมดา

เปอร์ : ที่เราเห็นคนอยู่ในงานเยอะเยอะ ณ ตอนนี้อยู่ไม่ใช่คนที่มาร่วมงานเลยสักคน

จ้อง : ยังเลยครับ

เปอร์ : คือทีมงาน ศิลปิน คนเตรียมงานทุกคนเลยใช่ไหมครับ

จ้อง : ใช่ครับ

คนขายของในซุ้ม : พี่จ้องเดินมาพอดี

จ้อง : หาผมทำไมครับพี่

คนขายของในซุ้ม : จะเอาหมวกสีขาหรือสีดำดีคะ

จ้อง : ดำแล้วกันครับ

คนขายของในซุ้ม : เอามามอบเร็ว

เปอร์ : ทำให้แต่พี่จ้องละ

คนขายของในซุ้ม : ให้คะ ให้เปอร์ด้วย

จ้อง : ทำไมซื้อจฉฉาละครับ

เปอร์ : นิดหน่อยมีบ้างครับ

จ้อง,เปอร์ : ขอบคุณครับ

จ้อง : ขอบคุณนะครับพี่ เดี่ยวเจอกัน

คนขายของในซุ้ม : สวัสดีค่ะ ขอบคุณมากนะคะ

เปอร์ : ขอบคุณครับ

คนขายของในซุ้ม : พี่จ้องต้องเดินตรวจทุกบูทเลยไหมคะ

จ้อง : ไม่ๆ

เปอร์ : อันนี้เป็นเรื่องผิดปกติ

จ้อง : เออ เนี่ยผมเดินคนเขาเครียดกันเพราะผมมาตรวจความเรียบร้อยเห็นเปล่า ปกติผมก็จะแอบๆ

จ้อง : สวัสดีครับ อายเขาเนี่ย คุณเปอร์ทำให้ผมต้องมานั่งทำอะไรแบบนี้

เปอร์ : อายุใหม่
จ๋อง : แล้วเขาก็ต้องมองว่าพี่จ๋องมาเดินทำไม อายุอยู่ๆ

Vo. แน่นอนละครับ ว่า Cat EXPO ในครั้งนี้ถูกจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 5 แล้ว และก็เกิดมาจาก Cat Radio อีกที่
นั่นเอง เดี่ยวเราไปดูกันครับว่า Cat Radio นั้นมีที่มาที่ไปอย่างไรกันครับ

จ๋อง : เรามาเริ่มทำแคทกันโดยที่แบบยังอยากทำอะไรอย่างเดิมกันอยู่ ลูลาถ้าจำไม่ผิดลูลาเป็นคน
พูดในห้องประชุมว่า ถ้าไม่มีเราแล้วใครจะเปิดเพลงพี่ สิ่งที่เราลูลาพูดมันกระเพื่อมให้เราารู้สึกว่า งั้น
ทำต่อพอทำอะไรให้เรารอด พี่ไม่ใช่คนรวยครับเปอร์ พี่คิดว่าทำอะไรให้มันแบบอยู่รอด
ได้ เราเลยคิดว่าเราทำรายการออนไลน์ใหม่ เพราะมันไม่ต้องไปจ่ายเวลาค่าเช่าสถานี เราก็ทำไป
ทั้งๆที่มันก็บนคอนเซ็ปเดิมแต่ว่าคนฟังมันเป็นคนใหม่ หน้าตาคนมันจะเหมือนเด็กที่ฟัง อะไรรนะ นี่
คืออะไรรนะ มันจะมีความเป็นคนใหม่อยู่โดยส่วนใหญ่ ไอ้คนที่แบบเคยโตมากับแพตก็จะจำนวน
น้อยลง เล็กกลงไปเรื่อยๆ เพราะว่ามันเป็นเรื่องของวัยแสวงหาหน่อย

เปอร์ : ครับ

จ๋อง : พอเขาหาเจอแล้วเขาก็อาจจะแบบไม่เป็นไรแล้ว ไม่ไปต่อ

เปอร์ : วันที่ Cat Radio เริ่มต้นช่วงแรกพี่ทำอะไรในการประชาสัมพันธ์ Cat Radio ให้เป็น
ที่รู้จักหรือว่าให้คนรู้ว่ามันมีสิ่งนี้อยู่

จ๋อง : ในข้อจำกัดที่ว่าเรามีเงินทำด้วย คิดว่าอย่างเดียวกันที่จะทำได้ก็คือ ก็ทำงานออกมาให้ดี
ทำรายการที่ชัดเจน แตกต่าง มีเอกลักษณ์อย่างที่เราอยากจะทำให้เป็นแล้วเมื่อไหร่ที่เขารู้จักเรานั้น
สะท้อนคุณภาพนั้นได้ทุกวันนะ แล้วก็ในการจัดงานต่างๆมันก็เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับคลื่น
ในคราวเดียวกันอยู่แล้วครับ

เปอร์ : ไปถึงกฎเกณฑ์กติกาที่อยู่ในโลกออนไลน์ สมัยก่อนครับเมื่อเรามีพื้นที่ที่จำกัดมันก็มีคน
เข้ามาควบคุม แต่พอมาอยู่ในโลกออนไลน์เนี่ย มันยากมากต่อการควบคุม กฎเกณฑ์กติกาของโลก
ออนไลน์มันมีใหม่ครับ

จ๋อง : พี่ไม่ทราบเลยครับเปอร์ จริงๆพี่ไม่ทราบเลยว่ามันมีหรือไม่อย่างไร แต่ถ้าถามพี่ พี่เชื่อ
เรื่องการต้องมีการควบคุมดูแลนะ พี่เชื่อเรื่องการเซนเซอร์นะ พี่ในฐานะคนเสฟสื่อหรือทำสื่อก็
ตามเชื่อว่าสื่อควรได้รับการควบคุม แต่คิดว่า หนึ่งเริ่มจากการควบคุมตัวเองเป็นหน้าที่ที่คิดว่าการ
เป็นสื่อมันเหมือนกับเป็นพระ เป็นหมอ เป็นครู งานที่คุณทำมันเป็นงานสำคัญนะ มันเป็นงานที่
เปลี่ยนชีวิตคนได้นะ ทำให้คนเป็นคนมองโลกแบบไหนรู้สึกอย่างไร สื่อจึงเป็นเรื่องสำคัญ สื่อจึง
ต้องมีการควบคุมดูแลตัวเองอย่างที่ว่าจริงมันใจว่ากำลังทำเรื่องที่ถูกต้องดิงตามกับใครสักคนหนึ่งอยู่
แต่เป็นไปไม่ได้ใช่ไหมในการที่จะทำให้ทุกคนคิดแบบนี้ มันเป็นไปไม่ได้หรอกครับเปอร์ มันจึงควรมี
การควบคุมดูแล แต่ในการควบคุมดูแลนั้นพี่เห็นว่าคนที่อยู่ในวิชาชีพนั้นต้องช่วยกันดูแลตัวเอง
เหมือนหมอมือแพทย์สภา คนทำทีวีก็จรรวมตัวกันดูแลตัวเองกันเซนเซอร์กันเอง คนทำวิทยุก็

เซนเซอร์กันเองสิ มันควรจะรวมตัวกันทำแบบนั้น แต่ที่อยากจะพูดจริงๆอยากพูดเรื่องนี้ครับ คือว่า แต่ทุกวันนี้มันแทบจะไม่มีใครเป็นผู้รับสารอย่างเดียวแล้วเปอร์ ทุกคนเป็นสื่อ มีคนใช้เฟซบุ๊ก 20 ล้าน มีไลน์กัน 30 ล้าน นี่ประเทศเรานะ

เปอร์ : ครับ

จ้อง : คุณเป็นสื่ออยู่ในตัวคุณเป็นสื่อกันอยู่ รับผิดชอบด้วยนะว่าคุณเป็นสื่อแล้วเผยแพร่เรื่อง ที่ควรเผยแพร่อยู่นะ เผยแพร่ทัศนคติที่ดีกันอยู่นะ ไปทำร้ายใครอยู่หรือเปล่า ถ้าใครโดยไม่รับผิดชอบอยู่หรือเปล่า ฝากมุมมองนี้มากกว่าอีก ที่วิมันมีก็ช่องเธอเปอร์ ร้อยช่อง เว็บมีก็เว็บกัน เธอ ไม่มากเท่ากับคนใช้โซเชียลมีเดียหรอก คุณคือคนที่มีอิทธิพลต่อเพื่อนและครอบครัวคุณมากที่สุดตอนนี้

Vo. ข้อคิดเมื่อสักครู่นี้เป็นสิ่งที่ตืออย่างมากเลยนะครับ ในขณะที่หลายๆคนคิดว่าสื่อมันควรจะมีความรับผิดชอบ ซึ่งจริงๆแล้วเป็นสิ่งที่ที่จ้องเองก็เห็นด้วยมากๆ แต่ที่จ้องกำลังสะท้อนให้เห็นว่าทุกวันนี้ ทุกคนที่ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมแล้วแต่เป็นสื่อด้วยกันทั้งนั้นโดยที่ไม่ว่าตัว ทุกคนมีอิทธิพลที่จะมอบสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมให้กับคนในสังคมเพราะฉะนั้นพวกเราทุกคนต้องหันมารับผิดชอบในทุกๆสิ่งที่เราสื่อสารออกไปด้วยนะ ครับ

เบรค 4

เปอร์ (Vo.) ในสมัยที่เปอร์เริ่มต้นจัดรายการวิทยุแรกๆนั้น ที่จ้องเคยเล่าให้ฟังละครับว่า สาเหตุที่เขาทำ Fat Radio นั้น เพราะว่าเขาอยากจะเริ่มต้นเปิดมุมมองให้กับคนที่มีความคิดที่ยังไม่หลากหลาย ให้เปิดใจกว้างมากยิ่งขึ้น โดยเริ่มต้นจากการฟังเพลงละครับ หากคนยังเลือกที่จะฟังเพลงหลากหลายไม่ได้ เรื่องง่ายๆแบบนี้ก็จะส่งผลให้การตัดสินใจต่อสิ่งอื่นๆในชีวิตของเขานั้น มันแคบลงไปด้วย และนั่นเป็นสิ่งที่ทำให้เขายืนยันที่จะทำคลื่นวิทยุ ทำคอนเสิร์ตที่เปิดโอกาสให้น้องๆได้มีโอกาสสัมผัสกับดนตรีที่หลากหลายและรู้จักยอมรับในความแตกต่างซึ่งกันและกันครับ

เปอร์ : เพราะฉะนั้นในงานนี้จะมีเด็กที่มีรสนิยมหลากหลายกัน

จ้อง : ใช่

เปอร์ : มาเดินอยู่ด้วยกันบางคนแต่งฮิปฮอป บางคนแต่งฟังก์ บางคนแต่งร็อก

จ้อง : ใช่

เปอร์ : บางคนแต่งดิสโก้มาปอนอยู่ในงานหรือบางคนแต่งตัวแบบ BNK

จ้อง : ใช่

เปอร์ : ชอบ BNK เป็นโอตะก็มาร่วมงานนี้

- จ๋อง : ก็มันก็แล้วแต่เขาจะชอบ แต่ว่าไอตรงที่บอกว่าแม่แต่คนในงานเอง ถ้ามว่าทุกคนเดินเข้ามาแล้วเข้าใจความคตินี้ตรงกันหมดไหม ไม่หอรอกครับเปอร์ อยู่ที่วุฒิภาวะ อยู่ที่วัยเขา คือปีที่แล้วที่จำได้ตอนเราเอา BNK มาเล่นเป็นปีแรก ก็มีคนเขียนเข้ามาคนนึงในแบบว่าเพจ Cat ว่าแบบ จุดยืนเปลี่ยนไปแล้ว จุดยืน Cat เปลี่ยนไปแล้วแน่เลยว้าแบบ เอา BNK มาเล่น พี่ก็ไม่ได้ตอบอะไร พี่รู้สึกว่ามันน่าเข้าใจผิดแหละ คือ จุดยืนที่คือความหลากหลาย ยืนอยู่ที่เดิมเลย ไม่เคยเปลี่ยน
- จ๋อง : คือถ้าพี่มีโอกาสจะบอกเด็ก พี่จะบอกว่าหนูจำ ทำตัวเปิดๆแล้วไปเลือกแคบๆ คืออยากแคบแต่แรก คือเป็นไปได้ที่เราจะแคบแต่แรกแต่ว่า สมมติวันนี้เราชอบเล่นกีตาร์มาก ผมจะเล่นกีตาร์อย่างเดียวครับ ก็เล่นไปซิ เล่นไปให้รู้เลยแล้วจนได้รู้ว่า อ้อ เราไปตีกลองบ้างก็สนุกดี ลองไปอ่านหนังสือบ้างก็สนุกดี มันไม่จำเป็นที่คุณจะต้องไปยึดติดยึดมั่นอะไรเร็วเกินไป คุณจะเสียโอกาสในการเรียนรู้ความหลากหลาย คุณจะไม่ได้ให้โอกาสตัวเองและคุณจะได้ใช้โอกาสนั้นทำ ความเข้าใจคนอื่นด้วยว่าเขาอาจจะชอบอะไรไม่เหมือนคุณก็ได้ โลกนี้ไม่มีดีกว่าหรือครับถ้ามันแบบเรายอมรับความแตกต่างกันได้โดยเป็นพื้นฐานอะ เนอะ มันน่าจะดีกว่าเนอะ
- เปอร์ : อืม
- จ๋อง : เปอร์เป็นคนแบบนี้ที่ยัง
- เปอร์ : ผมก็ยอมรับพี่ได้เหมือนกัน
- จ๋อง : อืม พี่ก็รับได้
- เปอร์ : ความสุขของพี่ในวันนี้คืออะไร ในขณะที่ทุกคนสนุกมากกับการที่ได้มาเที่ยวงานพี่ ได้มาซื้อของ ของศิลปิน ได้ไปดูคอนเสิร์ตกับวงที่เขาชื่นชอบ สำหรับคนจัดงานความสุขของพี่คืออะไรครับ
- จ๋อง : ตอบความจริงจากใจ เต็มๆเขาจะว่าพูดเอาหล่อ
- เปอร์ : เอาความจริง
- จ๋อง : ผมอยากเห็นคนมีความสุข ผมเห็นคนมาเดินหน้าต้ายิ้มแย้ม มีความสุขกับดนตรีที่เขาได้ดู มีความสุขกับบรรยากาศที่เขาได้เจอ ผมเห็นว่าศิลปินที่เล่นดนตรีอย่างมีความสุข นี่ คือความสุขของผม
- จ๋อง : เขายิ้มแย้มกัน
- เปอร์ : กอล์ฟฟูๆ กอล์ฟฟูๆ
- กอล์ฟฟู : สวัสดีครับ สวัสดีทุกคนครับ
- จ๋อง : มาทำอะไรครับวันนี้
- กอล์ฟฟู : มาเที่ยวงาน Cat Expo ครับ พอดีเจอ Perspective พอดีเลย
- เปอร์ : ทำไมครับ
- กอล์ฟฟู : พอดีผมกำลังจะเปิดเพจเกี่ยวกับเพลงล้วนๆเลยนะครับ Music Content
- จ๋อง : ครับผม
- กอล์ฟฟู : ที่ผมบอกได้เลยว่าไม่มีใครทำ

เปอร์ : นี่ ผมกำลังถามพี่จ๋องอยู่พอดี เรื่องนี้
 จ๋อง : ครับ
 เปอร์ : คนทำสื่อ เด็กๆที่ดูอยู่ หรือแม้ว่าเขากำลังจะทำเนี่ย สิ่งที่ต้องคำนึงคืออะไรครับ
 จ๋อง : ต้องคำนึงอะไรบ้างครับ ต้องคำนึงด้วยอ้อ
 เปอร์ : ไม่รู้
 กอล์ฟฟู : ผมไม่คำนึงอะไรเลย
 จ๋อง : ทำเลย
 กอล์ฟฟู : ทำเลยฮะ
 เปอร์ : คำตอบคืออันนี้เลยใช่ไหมครับ
 จ๋อง : ผมคิดอย่างจี้ครับ
 เปอร์ : โอเคครับ ขอขอบคุณครับ
 จ๋อง : ขอขอบคุณมากครับ
 กอล์ฟฟู : พี่จ๋อง พี่จ๋อง ผมจริงจังมาก
 จ๋อง : อะ เห็นด้วยๆ หน้าตามึงบอกละว่ามึงจริงจัง
 กอล์ฟฟู : พี่เปอร์ ผมจริงจังมาก
 เปอร์ : โอเคเยี่ยมๆ เจอกัน
 จ๋อง : ขอขอบคุณมากๆ
 เปอร์ : แต่นี่คือหนึ่งตัวอย่าง คนสามารถเป็นสื่อกันได้เยอะ
 จ๋อง : ใช่ๆ
 เปอร์ : ช่องทางของการเป็นสื่อมันง่ายมากยิ่งขึ้น
 จ๋อง : ใช่
 เปอร์ : เพราะฉะนั้นสิ่งที่จำเป็นต้องคำนึงหรือสิ่งที่จำเป็นจะต้องนึกถึง สำหรับคนที่จะก้าวมา
 ทำสิ่งนี้ มีอะไรไหมครับ ในฐานะผู้มีประสบการณ์
 จ๋อง : ผมว่าถ้าหากแน่ใจว่ามันเป็นสิ่งที่คุณรักหรือคุณเริ่มชอบมัน หากเราไม่ได้ทำด้วยความ
 ตั้งใจจะร่ำรวย เราทำด้วย Passion ไม่ต้องไปสนใจหรอกครับว่าโลกเป็นยังไงหรือตลาด
 เป็นอย่างไร ทำในสิ่งที่เราคิดไปก่อน
 เปอร์ : และสำคัญต้องมีจริยธรรมด้วยไหมครับ
 จ๋อง : คุณควรจะมีแบบ รับผิดชอบในสิ่งที่คุณนำเสนอ มันทำร้ายใครอยู่หรือเปล่า โปรด
 พิจารณาเรื่องพวกนั้นด้วยละกันครับ
 เปอร์ : จนถึงทุกวันนี้ พี่ได้เขียนบทยัง
 จ๋อง : เขียนบทอะไร
 เปอร์ : พี่อยาก ความฝันพี่อยากเป็นนักเขียนบท
 จ๋อง : บทหนึ่งอะเหอ

- เปอร์ : เอ้อ
- จ๋อง : ยังจำได้อยู่ความฝันนี้ ถ้าว่าหากมีเวลา หากมีโอกาสวันนึงคงได้ทำ ไม่รีบหนีอะ ปีนี้เพิ่ง 48 คิดว่าปีหน้ายังมีแพลนจะมีชีวิตอยู่ ปีสองปีต่อไปก็ยังมีแพลนอยู่ ดังนั้นยังมีโอกาส มั่ง ไม่ต้องรีบร้อน
- เปอร์ : ทำไมไม่ไปทำอันนั้น ทำไมยังเลือกทำอันนี้
- จ๋อง : มันยังไม่เสร็จอะ มันยังมีอะไรให้ทำอยู่อีกตั้งมากเลย มันยังเป็นบทที่ 1 อยู่เลย วิทยุรุ่น ไทย ประชาชนไทยจะต้องรู้จักเพลงไทยดีๆอีกมากมาย ยังมีอะไรให้ทำอยู่อีกเยอะเลย ครับ ดังนั้นเนี่ย โอความฝันส่วนตัวเนี่ย มัน มันรอได้
- จ๋อง : อยากจะบอกน้องๆหรือใครก็ตามที่กำลังสับสนกับเรื่องนี้คือแบบ การมีฝันหรือการรู้จัก ตัวเองเร็ว ดีจังเลย แต่มันคงไม่จำเป็นว่าต้องเป็นอย่างนั้นไปตลอดหรือเป็นทั้งหมด บางทีคน อาจจะไม่เคยรู้จักตัวเองเลย หรืออาจจะหาตัวเองวันนี้ไม่เจอ ไม่ต้องรีบก็ได้ครับ ก็ค่อยๆลงมันไป ค่อยๆทำมันไปแล้ว ในแง่ความฝัน ถ้ามันเป็นความฝันของเราจริงๆมันไม่หมดอายุง่ายๆนะ วันนี้ หากมีอะไรจำเป็นต้องทำ สำคัญกว่า จำเป็นกว่า ก็ทำไปก่อนได้นี้ครับ วันนี้คุณอาจจะต้องแบบ เลี้ยงดูครอบครัว วันนี้คุณอาจจะต้องเรียนหนังสือ ทำไปก่อนก็ได้หนิ แล้ววันที่คุณพร้อม วันที่มัน เหมาะสม ก็ค่อยไปทำตามฝันก็ได้
- เปอร์ : จะบอกว่าจริงๆแล้วเนี่ย สิ่งที่ได้เรียนรู้จาก Perspective ของพี่จ๋องในวันนี้ะครับ สำหรับผมเองเนี่ยมันค้นพบว่าจริงๆแล้วเนี่ย คนเราเนี่ยมีสิทธิ์ที่จะทำตามฝันของตัวเอง แต่ใน ขณะเดียวกัน บนเส้นทางของการดำเนินชีวิตเนี่ย บางครั้ง บางอย่างที่เป็นความรู้สึกที่ทำให้เรา รับรู้ เราอาจจะมีส่วนช่วยหรือเป็นส่วนหนึ่งในการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือแบ่งปัน สิ่งดีๆให้กับคนอื่นได้เนี่ย บางครั้งสิ่งเหล่านั้นเนี่ยมันเข้ามาอยู่ในหน้าที่ของเราก่อน ในฐานะของ คนที่เป็นนักสื่อสารมวลชน ก่อนที่จะไปทำสิ่งที่เราฝันไว้เสียด้วยซ้ำนะครับ ซึ่งนั่นคือสิ่งที่พี่จ๋องทำ มาตลอด
- เปอร์ : หมดเวลาของ Perspective ในสัปดาห์นี้แล้วนะครับ คุณผู้ชมสามารถติดตามความ เคลื่อนไหวได้ผ่านทาง Youtube Facebook และที่ Instagram ของ PerspectiveTV นะครับ
- จ๋อง : มีทีวีด้วยหรอครับ
- เปอร์ : มีสิครับ
- จ๋อง : ครับผม
- เปอร์ : หรือว่าติดตามการไลฟ์ไปพร้อมๆกันทางช่อง 9 MCOTHD แบบนี้ได้เนี่ยครับผ่านทาง Facebook ไลฟ์ PerspectiveTV เช่นเดียวกันนะครับ และหากคุณมีคำถาม สงสัยอะไรเพิ่มเติม อยากจะสอบถามเจ้าหน้าที่ของเรา ไม่ต้องเกรงใจครับสามารถติดต่อกับเราได้ตลอด 24 ชั่วโมงนะ ครับผ่านทางไลน์ไอดี @PerspectiveTV ละครับ สิ่งที่สำคัญที่สุดครับ ไม่ว่าในแง่มุมไหนก็ตามที่

คุณได้จาก Perspective ในคืนนี้ จะเหมือนกันกับผมหรือแตกต่างจากผม ไม่เป็นไรเลยนะครับ แต่สิ่งที่สำคัญคือสิ่งที่คุณได้นั้น คุณต้องนำมาปรับใช้ แล้วชีวิตของคุณในวันพรุ่งนี้ จะเปลี่ยนไป

ตอนที่ 2:

แขกรับเชิญ ก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน อดีตบรรณาธิการนิตยสาร a day 10 กว่าปี และปัจจุบันเป็นบรรณาธิการสื่อคอนเทนต์ออนไลน์ The cloud ที่กำลังได้รับความนิยม

เบรก 1

เปอร์ : Perspective ในสัปดาห์นี้ครับเรายังคงร่วมมือกับ กสทช. นะครับ นำเสนอเรื่องราวของบุคคลในวงการสื่อสารมวลชน เพื่อให้คุณผู้ชมได้รู้ถึงวิธีการทำงานของพวกเขาและได้รู้เท่าทันสื่อกับการเสพสื่ออย่างเท่าทันนะครับ

Vo. สัปดาห์นี้ครับเราจะมาพูดคุยกับบุคคลที่อยู่ในวงการสื่อสารมวลชนมาหลาย 10 ปี ด้วยกันจากเดิมที่ทำคอนเทนต์ในนิตยสารนะครับ แต่ในปัจจุบันครับ เขาผันตัวมาทำคอนเทนต์ในโลกออนไลน์และมีผู้ชมให้ความสนใจเป็นจำนวนมากเลยทีเดียวครับ

ก้อง : คำถามก็คือว่า แท้จริงแล้วสื่อมวลชนควรจะทำสังคมหรือว่าชี้นำสังคมกันแน่ ส่วนตัวพี่ที่คิดว่าสื่อมวลชนควรจะทำหน้าที่ชี้นำสังคม เพราะคุณมีพลัง

เปอร์ : ซึ่งวันนี้ครับ เรามาอยู่กันที่โรงแรมดุสิตธานี ซึ่งมีการปิดตัวไปเมื่อวานนี้สดๆร้อนๆเลยนะครับ ข้างหลังผม ณ ตอนนั้นไม่มีแขกแล้วนะครับแต่ว่าโรงแรมดุสิตธานีนั้นเป็นโรงแรมที่มีความสำคัญ เป็นโรงแรมที่เก่าแก่ระดับ 5 ดาว แห่งแรกของประเทศไทย และก็มาดูกันครับว่าทำไมวันนี้สำนักออนไลน์อย่าง The Cloud เขาถึงสนใจที่อยากจะมาทำเรื่องราวเกี่ยวกับโรงแรมดุสิตธานีและวิธีการทำคอนเทนต์ๆนี้ออกมา เพื่อให้คุณผู้ชมได้เลือกอ่านกันนั้น เขามีวิธีการอย่างไร เดี่ยวเรามาติดตามกันใน Perspective คืนนี้ครับ

เปอร์ : พี่ก้อง สวัสดีครับ

ก้อง : สวัสดีครับเปอร์

เปอร์ : โอ้โฮ ไม่ได้เจอนานมาก ต้องบอกคุณผู้ชมว่าพี่ก้องเป็นคนแรกๆเลยที่ได้สัมภาษณ์ผม

ก้อง : ใช่

เปอร์ : ตอนสมัยผม Final Score

ก้อง : ใช่ครับ ถ้านับก็ 10 กว่าปี น่าจะได้เนะ

เปอร์ : ใช่ครับ ผมเล่าให้คุณผู้ชมฟังไปว่าพี่ก้องนั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของการทำคอนเทนต์

เมื่อก่อนทำในนิตยสารเดี๋ยวนี้อะมาหาที่ The Cloud

ก้อง : ครับผม

เปอร์ : อะไรเป็นเหตุให้สนใจอยากจะทำเกี่ยวกับโรงแรมดุสิตธานีครับ

ก้อง : คือว่า The Cloud เรานะครับ เราก็ไม่ได้อยากจะทำคอนเทนต์ แคตัวหนังสือหรือว่าวิดีโอ แต่อยากสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสารผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งการทำ Walking Tour หรือว่าการพาคนเดินทัวร์ ก็น่าจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เราารู้สึกว่าทำให้คนได้เข้าใจคอนเทนต์ที่มันลึกซึ้งขึ้น

เปอร์ : อะไรคือ Walking Tour ครับ

ก้อง : ก็คือการพาเดินทัวร์ครับ หรือเขาอาจจะได้อ่านหรือได้ชมภาพว่า อ้อ ดุสิตธานีเป็นอย่างนี้นี่เอง แต่กับ The Cloud เนี่ย เขาได้มาเดินดูสัมผัสสัมผัสทุกห้อง ทุกมุม ด้วยตัวเองครับ

เปอร์ : นอกจากเขามาเดินดู วันนี้ที่จะทำคอนเทนต์เพื่อเอาไปเขียนใน The Cloud ด้วยหรือเปล่า

ก้อง : มีครับ แต่ว่าคอนเทนต์ส่วนใหญ่ทำไปเรียบร้อยแล้ว ทำล่วงหน้าไปเรียบร้อยแล้ว

เปอร์ : อ้อ ผมก็เข้าใจผิดว่าที่จะมาทำคอนเทนต์เกี่ยวกับโรงแรมดุสิตธานี

ก้อง : มีด้วยครับ มีวิดีโอด้วยและก็มีเนื้อหาบางส่วนด้วย แต่ว่าทำไปแล้วล่วงหน้าจำนวนหนึ่ง

เปอร์ : โอเค พร้อมครับ เราเข้าไปดูกันครับ

ก้อง : เขากันว่าเมื่อก่อนมันคือ IMPACT คือ Challenger คือ MBK Hall คือทุกอย่าง จัดคอนเสิร์ต จัดงาน Event ใหญ่ๆที่นั่นหมดเลย

เปอร์ : นี่หรือ นี่คือ MBK Hall หรือ

ก้อง : คือเมื่อก่อนกรุงเทพฯไม่มีที่ใหญ่ๆ ที่นี่คือแบบตำนาน

Vo. อย่างที่คุณก้องได้บอกไปแหละครับว่า ปัจจุบันนี้ The Cloud ได้พัฒนาต่อยอดวิธีการทำคอนเทนต์ นอกจากจะสามารถเสพได้ผ่านทางช่องทางออนไลน์แล้ว แพนๆของ The Cloud ยังสามารถสัมผัสได้ด้วยการมาร่วมทริปครับ ซึ่งตอนนี้เหล่าบรรดาแพนๆของ The Cloud ก็เดินทางมาถึงโรงแรมดุสิตธานีแห่งนี้กันแล้วครับ

ก้อง : หลายๆท่านก็แต่งงานที่นี้ วันนี้เป็นวันครบรอบวันแต่งงานด้วย อยู่ที่นี่ไหมครับ ในนี้มีไหมเอ่ย นั่นนะครับ ทางด้านนั้น

Vo. และตอนนี้ครับเวลาที่กำลังจะทำการเดินชมโรงแรมดุสิตธานีได้เริ่มต้นขึ้นแล้วนะครับ เราจะเดินชมห้องแรกไปพร้อมกันกับพูดคุยกับคุณก้องเลยละครับ

เปอร์ : ในแง่ของการที่เราจะทำคอนเทนต์เพื่อนำเสนอ เราจะเอาตัวไหนมาเป็นคอนเทนต์ที่ทำให้คนสนใจ เราจะเอาแง่มุมไหนมาให้ความรู้เขา

- ก้อง : คืออย่างแรกสุดเลยนะครับ เราคิดว่าเรื่องที่เราอยากเล่าต้องเป็นเรื่องที่ดีที่คนอ่านจะได้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่ง อย่างเช่นเรื่องนี้เองนะครับมันเป็นเรื่องที่เราพูดถึงการอนุรักษ์ตึกเก่า แต่วก่อนจะทบทวน ก็มีการเก็บข้อมูล มีการพยายามจะอนุรักษ์บางสิ่งบางอย่างเอาไว้ ซึ่งคิดว่าเคสแบบนี้มันน่าสนใจ
- เปอร์ : และที่น่าสนใจไปกว่านั้นก็คือ ด้วยความที่เป็นตึกเก่าขนาดใหญ่ มันทำให้คนกรุงเทพฯทุกคนเคยผ่านตึกนี้หมด มันเลยมีความแถมอยู่
- ก้อง : จริงๆตึกนี้เป็นการทำบ้ำคั้งมากครับ อย่างเช่นถ้าเราบอกว่าจะตัดเสาเอกออกไปและเอากลับเข้ามาใหม่ เสาต้นนั้นนะครับ คือ 5 ต้น ครับ 2 ต้น ซึ่งแบบเป็นการทำที่บ้ำคั้งมาก แต่ว่าก็ทำเพื่อว่าจะเก็บประวัติศาสตร์บางอย่างเอาไว้ ซึ่งเราคิดว่าเรื่องพวกนี้ควรเล่า ทั้งในเชิง Spirit และก็เชิงวิชาการว่าทำยังไง นี่เป็นส่วนหนึ่งที่เราคิดว่ามันเป็นเนื้อหาที่ดีและน่าเล่า และก็คิดว่ามีคนอยากฟัง
- เปอร์ : ก่อนที่จะมาทำอันนี้ พี่ต้องมาเซอร์เวย์ก่อนไหม ว่าดูสถานที่จะมีแง่มุมไหน ที่เราจะพาให้คนที่มา Walk สามารถเข้าถึงหรือสนุกไปกับการทำกิจกรรมครั้งนี้ได้บ้าง
- ก้อง : ก็มีการทำ เข้ามาดูพื้นที่ก่อนและคิดว่าคอนเซ็ปของแต่ละทริปจะเป็นอย่างไรนะครับ อะไรจะเป็นแกนหลัก เปรียบง่าย ๆ จะเหมือนกับว่ามีคนหนึ่งคนพูดให้ฟัง “สวัสดีครับเรื่องราวเป็นอย่างนี้นะครับ” เราก็เล่าของเราไปใช้ใหม่ครับ ปัจจัยที่ควบคุมมันไม่ได้เยอะแค่ตัวหนังสือหรือว่าวิดีโอ แต่ว่าการมา Walk with The Cloud เนี่ย มันมีปัจจัยอื่นเยอะ เช่น สถานที่ การพาเข้าไปห้องใหม่ซึ่งแบบเซอร์ไพรส์ คนได้ซ็อค การมีวิทยากรที่เล่าบางเรื่องซึ่งอาจจะเป็นเรื่องที่เป็นความผูกพันครับ ไม่ใช่คอนเทนต์นะครับ แต่ว่าเป็นความผูกพัน
- เปอร์ : โห นี่ถ้าทำตึกนี้มันคล้ายๆกับเวลาเราไปเที่ยวแบบ
- ก้อง : Museum
- เปอร์ : Museum ไปเหมือนไปดูโชว์ ไปอะไรอย่างนี้เลยใช้ใหม่ครับ
- ก้อง : สมมุติว่าเปิดเข้าไปแต่ละห้องเนี่ย คนก็ไม่รู้มาก่อนว่าข้างในเจออะไร และก็แบบไปว้าวกับมัน
- เปอร์ : เราลองตามไปดูสัก Group หนึ่ง
- ก้อง : นี่จะเป็นห้องสมุดนะครับ ซึ่งจะพาเข้าไปดูกัน

Vo. และห้อง ห้องนี้ก็เป็นอีกหนึ่งห้องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับใครที่เคยมาโรงแรมดุสิตธานีแห่งนี้ก็คงจะเคยมีโอกาสมาใช้บริการห้อง Library 1918 แห่งนี้ละครับ ซึ่งเป็นที่นิยมใช้จัดงานหมั้นในช่วงเช้า ในห้องจะตกแต่งไปด้วยไม้ฉลุตามที่ต่างๆ ที่สำคัญยังมีพระบรมฉายาลักษณ์ ของราชกาลที่ 6 และมีข้าวของเครื่องใช้ อย่างเช่นผ้าซับพระพักตร์ และทั้งหมดที่กล่าวมายังคงถูกเก็บอนุรักษ์ไว้ไปใช้ในโรงแรมแห่งใหม่ครับ

- เปอร์ : รู้สึกเหมือนพี่จะมีการทำหนังสือ ใช้ใหม่ อันนี้เป็นหนึ่งในคอนเทนต์ที่ The Cloud ทำ
- ก้อง : ใช้ครับผม ก็คือว่าทำ 2 หน้าที อย่างแรกจะเป็นคู่มือสำหรับทุกคนให้ได้เดินกันตรงนี้นะครับ จะได้อะไรไม่ต้องจด

- เปอร์ : คล้ายๆ สุจิตร์
- ก้อง : ใช่ และก็อย่างที่ 2 คือ มันจะเป็นคอนเทนต์ที่คนที่ไม่ได้เข้าร่วม จะได้อ่านในเว็บไซต์เราในวันพรุ่งนี้
- เปอร์ : ซึ่งอันนี้จะแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ที่มีการรายงานข่าวว่าปิดตัวไปเมื่อวาน อันนั้นเขาก็จะเล่าประวัติศาสตร์คร่าวๆ
- ก้อง : อาจจะเป็นข่าวธุรกิจบ้าง หรือว่าเป็นข่าวปกติบ้างแต่สิ่งเหล่านี้ มันจะมีความเป็นข้อมูล
- เปอร์ : เหมือนเป็นคอลัมน์
- ก้อง : ใช่ และก็มีความเป็น Feference ที่เอาไว้อ้างอิงต่อไปได้
- เปอร์ : ผมสังเกตเห็นว่าพี่ฟัง พี่เอาเรื่องฟังเหล่านั้นแหละ ที่เอามาเขียนข้อมูลเพื่อเล่าต่อให้คนอื่นฟังอีกที่ที่ไม่ได้มีโอกาสมาฟังถูกไหมครับ
- ก้อง : ถูกต้องครับ คือเรารู้สึกว่าพวกเราอาจจะโชคดี สื่อมวลชนตรงที่ได้เจอคนมากมาย แทนที่เราจะเล่าแต่เรื่องพื้นๆ เล่าเรื่องที่คำถามเบสิค ถ้าเราตั้งใจฟังเขามากขึ้น เราคิดและเรารู้สึกกับมันก็แตกต่างกันบางอย่าง มันเป็นเรื่องที่เราคิดว่าคนอ่านต้องอยากรู้เหมือนเราสินะ
- เปอร์ : พี่คิดว่าคนทั่วไปเขาอยากรู้อะไรเกี่ยวกับที่นี่บ้าง หรือแง่มุมที่พี่คิดว่าอยากนำเสนอให้เขาอยากรู้มันมีอะไรบ้าง
- ก้อง : เรื่องหนึ่งแน่ๆ เลยก็คือว่าเรื่องพนักงานทั้งหมด ปิดตัวแล้วจะไปไหน คุณจะลดยแพชเขาหรือเปล่านั้น ก็อยากรู้ก็ถามแทนทุกคน คำตอบก็คือว่า ที่นี่ไม่ทิ้งพนักงานยังเก็บรักษาทุกคนเอาไว้ เพราะมองว่าโรงแรมที่ดี ไม่ได้มีแค่โรงแรมสวยแต่ว่าพนักงานที่มี Service Mind สำคัญ ก็ถือว่าดี ซึ่งสิ่งนี้ก็ถือว่าเซอร์ไพรส์มาก
- เปอร์ : ทำไมพี่ไม่ถามต่อละ และตอนนี้ 500 คนไม่มีงาน เพราะว่าเดี๋ยวเขาจะทุบตึกหรือเขาจะทำอะไร 500 คนนี้ ไปทำอะไร
- ก้อง : เขาก็กระจายไปตามโรงแรมไปยังสาขาต่างๆ
- เปอร์ : อ้อ
- ก้อง : จากวิธีการแบบนี้ ที่เราคิดว่าคนฟังอยากรู้อะไรและก็เอามาเล่าให้ไหมครับ มันทำให้คอนเทนต์หลายๆอย่าง คนคิดว่ามันไม่น่า Pop อย่างเช่นเรื่อง ประวัติศาสตร์
- เปอร์ : ดูเหมือนเป็นเรื่องตำราเรียน
- ก้อง : ใช่ กลับ Pop มาก เพราะว่าเราคิดแทนคนว่ามันสัมพันธ์กับคนมันลึกลับกับคนยังไงและก็เล่ามุนนั้น
- เปอร์ : อย่างประวัติศาสตร์ที่พี่คิดว่าคนน่าจะสนใจพี่เอาไปเล่าว่าอะไร ในเกี่ยวกับโรงแรมดุสิตธานี
- ก้อง : ถ้าเป็นคนทั่วไปก็อาจจะคิดวะ เอ๊ คอนเซ็ปของสถาปนิกเขาออกแบบยังไงใช้ไหมครับ แต่เราสนใจจุดเริ่มต้นของมัน คุณชนัดต์ นะครับ
- เปอร์ : คุณผู้หญิง
- ก้อง : ใช่ครับ คุณหญิงก็บริฟกับสถาปนิกว่าอยากได้โรงแรมที่เป็น เรียกว่าหรรษา ดูดี อย่างกรุงเทพฯ สถาปนิกก็บอกว่ามี 2 ทางให้คุณเลือก อย่างแรกเป็นกล่องๆ ทุกอย่างดี ดูโมเดิร์น และก็โอเค

เปอร์ : สมัยนั้น
ก้อง : สมัยนั้น ใช่ กับอีกแบบหนึ่งคือแบบเป็นแลนด์มาร์คนะ ทุกอย่างจะเวอร์ แต่ว่าโครงสร้างแบบนี้มันจะต่อเติมอะไรยาก ท่านผู้หญิงก็บอกว่า ฉันต้องการเป็นแลนด์มาร์ค ก็อยากให้เมืองไทยเป็นแลนด์มาร์คนี้แหละ อยากให้เมืองไทยเป็นที่จดจำในสายตาโลกว่า ฉันก็มี รู้สึกว่าพวกนี้มันเป็นเรื่องที่มีพลังนะครับ คนน่าจะอินตามไปด้วย

เปอร์ : และได้เห็นถึงวิถีคิดของผู้ก่อตั้งที่เล่าผ่านประวัติศาสตร์อีกทีว่า วิถีคิดของท่านผู้หญิงในสมัยนั้นที่ เป็นผู้ก่อตั้ง ท่านคิดอะไร

ก้อง : ใช่ หรืออย่างเช่นเรื่องความเป็นไทยนะครับ ธุรกิจจำนวนมากรู้สึกว่ารังเกียจความเป็นไทย เพราะรู้สึกว่าพอมีความเป็นไทยเข้าไปเนี่ยมันดูไม่แพง แต่ว่าท่านผู้หญิงในยุคนั้นนะครับ ซึ่งปีที่เรากำลังเห่อฝรั่งพูดอย่างนั้นก็ได้อีก ท่านผู้หญิงกลับไม่คิดแบบนั้น ท่านคิดว่าเราต้องเป็นไทยทำความเป็นไทยให้คนตะวันตกยอมรับให้ได้ ยกตัวอย่าง อย่างเช่นในโรงแรมมันก็มีห้องอาหารหลายชาติ ท่านผู้หญิงให้ความสำคัญกับห้องอาหารไทยที่สุด คือ ห้องเบญจรงค์นะครับ ใช้เงินตกแต่งในยุคนี้ทั้งหมด 50 ล้านบาท

เปอร์ : กับห้องอาหาร

ก้อง : 1 ห้อง

เปอร์ : ในเมื่อ 49 ปีที่แล้ว

ก้อง : ใช่ และก็ไม่ใช่แค่นั้นนะครับ และก็ทีมงานศิลปะจะเอาศิลปินชั้นนำดังของประเทศระดมทำในห้องนั้น เต็มไปหมด ซึ่งมันเลอค่ามาก ดังนั้นโรงแรมดุสิตธานีใหม่ใหม่ที่เขาก็เลยออกแบบห้องอาหารเบญจรงค์ขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง โดยที่มีขนาดเท่าเดิม เพื่อจะเอาทุกอย่างกลับไปแปะไว้เหมือนเดิมได้

Vo. เห็นไหมล่ะครับว่า คุณก้องนั้นเป็นบุคคลที่สามารถเล่าเรื่องได้เก่งและลึกซึ่งเป็นอย่างมาก จนทำให้พวกเราหลายๆคนอยากที่จะไปชมห้องนั้นกันจริงๆเลยละครับ

ก้อง : ก็จะมีแบบพวกงานเพ้นท์นู่นนี่นั่นอะไรอย่างนี้นะครับ เขาก็เลยต้องทำห้องใหม่ให้มันเท่าเดิมจะได้ ยกของเดิมกลับมาแปะได้

ก้อง : โอ้วพวกงานไม้ที่ว่าก็อยากเก็บนะ

ก้อง : นี่คือเสาเอกที่บอกนะครับ ที่เป็นงานเพ้นท์บนเสาเอก

เปอร์ : อ้อ นี่เหรอที่บอกว่าจะตัดไปทั้งต้นเนี่ยนะ และการจะตัดไปก็ไม่ใช่ง่ายนะครับ เพราะว่าเสาเอก ใ้คนต้องรื้อจากข้างบนลงมาก่อน ค่อยๆทำลายข้างบนลงมาก่อนและค่อยมาเอาอันนี้ เพราะคุณตัดมันจะถล่มลงมา

ก้อง : ก็เลยรู้สึกว่าเป็นความบ้าของเจ้าของที่เป็นตัวอย่างที่ดีมาก

เปอร์ : ในการอนุรักษ์

ก้อง : ใช่

เปอร์ : ห้อง VIP ผมเชื่อว่าห้องนี้ต้องเคยรับแขกระดับนายกรัฐมนตรี
ก้อง : ซุปเปอร์สตาร์
เปอร์ : ประธานาธิบดี
ก้อง : ใช่
เปอร์ : ของหลายๆประเทศมาแล้วนะครับ
ก้อง : ใช่ ซึ่งถ้ามาเองก็คงไม่มีวาสนาจะได้เข้าห้องนี้นะครับ

Vo. แน่นอนละครับว่าการที่จะทำคอนเทนต์ออกมาให้ข้อมูลดี ๆ กับคนที่มีโอกาสได้เสพคอนเทนต์นั้น ผู้ทำคอนเทนต์จะต้องมีการศึกษาถึงสิ่งที่เขาต้องการจะพูดถึงนะครับ อย่างเช่นที่คุณก้องกำลังพาแฟน ๆ ของ The Cloud เดินทัวร์โรงแรมกันแบบนี้นะครับ ในช่วงหน้าครับ เราจะมาติดตามถึงวิธีการทำคอนเทนต์รวมถึงที่มาที่ไปว่าอะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้คุณก้อง ทรงกรด นั้น กลายมาเป็นผู้ที่ทำคอนเทนต์ ได้รับความนิยมนคนหนึ่งของเมืองไทยครับ

เบรก 2

VO เปอร์ : โรงแรมดุสิตธานีแห่งนี้เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวแห่งแรกของเมืองไทยนะครับ ถึงแม้ว่าวันนี้กำลังถูกปิดตัวลง แต่ภายในโรงแรมก็ยังคงมีงานศิลปะ งานตกแต่งและแนวคิดการก่อสร้างที่ล้วนแล้วแต่มีคุณค่าต่อการเก็บรักษาเอาไว้ละครับ ซึ่งแน่นอนละครับว่าการมาเดินศึกษาเรื่องราวแบบนี้คงจะไม่เกินขั้นได้แน่หากไม่มีผู้คิด content ที่สนใจอยากจะมาศึกษาข้อมูลเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อให้ทุกคนได้รับรู้กันครับ

วิทยากร : ตอนนี้อยู่ตรงที่สวนโถง ซึ่งเอ่อ เป็นโถงที่ถ้าย้อนกลับไปตอนแรกสร้างนะครับ ก็จะมีคือจะมีการทำโถงขนาดใหญ่ที่เป็นการทำลักษณะที่เป็นแบบ Double Space ก็คือว่า เบิ้ลซูดหลังคา ซูดฝ้าให้มันสูงขึ้นไป คนเราจะรู้สึก shocked face เมื่อเราอยู่ในอาคารที่ความโอโถง คือเขาต้องการให้เกิด space ที่มัน shock จริงๆคือด้านนี้ครับ ด้านเปิดพื้นที่ขนาดใหญ่แล้วก็มีสวนด้านในที่ คุณจะเห็นงาน landscape ทุกวันนี้มันอาจจะไม่ใช่สิ่งใหม่ แต่ถ้าลองย้อนกลับไปในอดีต การรับรู้ของคนในมิติของลักษณะของโรงแรมสมัยก่อนนะครับ การทำโถงสมัยนี้ก็ถือว่าเป็น เป็นหนึ่งในสิ่งที่มีนพิเศษในช่วงเวลานั้น

เปอร์ : คนที่เป็น content creator เนี่ย

ก้อง : ครับผม

เปอร์ : สามารถทำสิ่งที่มันไม่น่าสนใจหรือคนมองข้ามกลายเป็นสิ่งที่คนมองมันใน perspective ใหม่ๆได้ พี่ว่าจริงไหม

ก้อง : จริงอะ อย่างเคสนี้เนอะ อย่างเช่นว่าเราไม่รู้จำกันมาก่อนมันก็น่าตกธรรมดา

เปอร์ : อ่า

- ก้อง : แต่ว่า ถ้าเกิดว่าพอเข้าใจมันแล้วก็จะพบว่านี่คือหมุดหมายของการออกแบบโรงแรม ที่เมื่อก่อนไม่เคยมีมาก่อน นี่เป็นต้นแบบที่ทำให้ เอ่อ มีสิ่งก่อสร้างธรรมชาติอยู่กลางโรงแรมซึ่งขนาดใหญ่ขนาดนี้อะเนอะ
- เปอร์ : ในชีวิตนี้พี่ก้องเรียนรู้เรื่องของการที่คนที่เป็น content creator สามารถสร้างความประทับใจหรือมุมมองใหม่ๆให้กับเราครั้งแรกตอนไหน
- ก้อง : น่าจะเป็นตอนไปค่ายสมัยมหาลัย สมัยปี1 เราก็จะไปเพื่อเรียนรู้ธรรมชาติไปเรียนรู้ป่าไม้มันเกี่ยวข้องกับเรายังไงสัตว์ป่า ธรรมชาติมันเกี่ยวข้องกับมันยังไง แล้วมันก็เลยเห็นปัญหา ก็เลยชาวบ้านลุกขึ้นมาแก้ ลูกออกมาต่อสู้กับความไม่ถูกต้อง พยายามหาทุกอย่างถูกคุกคามถูกข่มขู่แต่เขาก็สู้เพื่อรักษาป่าไม้เอาไว้ นั่นทำให้เราเห็น เฮ้ย พื้นที่บางพื้นที่ คนบางคนเนี่ยทำเรื่องบางเรื่องโดยที่ไม่ได้หวังดัง เอาตัวเองเข้าไปสู้อย่างทุ่มเททุกอย่างแล้วก็สุดท้ายก็รักษามันไว้ได้ คนแบบนี้คนควรได้รู้อะ เราก็เลยรู้สึกอยากเล่าเรื่องคนพวกนี้ ค่ายถัดๆมาก็จะหาพื้นที่แบบนี้ หากคนแบบนี้พาเขาค่ายมา คุณมาค่ายกัน ไปดูกัน แต่ว่าครั้งนั้นจะบอกว่า ปะไปรู้จัก local hero กัน คนก็คงไม่อยากจะไปเพราะไปรู้จักทำไมวะ แล้วก็หืมห่อ
- เปอร์ : พี่เรียนที่ไหนครับ
- ก้อง : เศรษฐศาสตร์จุฬารับ
- เปอร์ : ตอนนั้นยังไม่ได้เขียนหนังสือใช่ไหมครับ
- ก้อง : ยังเลยครับ
- เปอร์ : อ่า
- เปอร์ : ทำไมตั้งใจไปเรียนเศรษฐศาสตร์
- ก้อง : ก็เป็นความบังเอิญครับ ตอนนั้นสอบเทียบแล้วยุคพี่มีการสอบเทียบมัธยม เพื่อเราจะได้มีโอกาสได้วุฒ ม.6 เร็วกว่าปกติ
- เปอร์ : อ้อ
- ก้อง : สามารถสอบเข้ามหาลัยหรือเอ็นทรานซ์
- เปอร์ : เข้ายกเลิกในภายหลัง
- ก้อง : ใช่ครับ
- ก้อง : ตอน ม.4 ก็ไม่รู้จะเอ็นอะไรดีนี่ก็ไม่ออกคณะอะไรดี ก็เลยเศรษฐศาสตร์ชื่อมันแปลกดีก็เลยเอาวะ สุ่มเลือกมาก็บังเอิญติดมาตอน ม.4 ก็ลองเข้าไปเรียนดูแล้วปรากฏว่าชอบมาก
- เปอร์ : เท่ากับว่าตอนพ็อยู่ ม.5 พี่ก็คืออยู่ปี 1 แล้ว
- ก้อง : ใช่ พ็อยู่ปี 1 ตอนอายุ 16
- เปอร์ : โห
- ก้อง : เด็กมากครับ
- เปอร์ : นี่จบตอนอายุประมาณ 20
- ก้อง : 20

เปอร์ : โห เอ้อ

เปอร์ : แต่ที่นี้ผมอยากรู้ว่ามันมีแบบคนใกล้ตัวเราเคยบอก สิ่งนี้มันไม่ดีแล้วเราไปเจอหนังสือแล้วหัยเขาเล่าอีกแง่มุมหนึ่งจากที่เราเคยได้ยินมาเลย แล้วมันเปลี่ยนมุมมองแล้วว่า content creator หรือคนเขียนเนี่ยมันสามารถเปลี่ยนมุมมองหรือมันสร้างมิติใหม่ๆให้กับคนที่เป็นผู้อ่านได้ มันมีเหตุการณ์อะไรอย่างนี้สะกิดใจบ้างไหม

ก้อง : ก็มีหนังสือ pocket book เล่มหนึ่งครับ มันชื่อว่า 365 ways to change your world

ก้อง : อ่านบนรถไฟ ตอนนั้นเป็นรถไฟสายทรานไซบีเรียยาวมาก 7 วันครับ นั่งอ่านเรื่อยๆ

เปอร์ : พี่ไปนั่งรถไฟสายทรานไซบีเรีย

ก้อง : สมัยเมื่อสัก 10 กว่าปีก่อน

เปอร์ : เป็น backpacker

ก้อง : ใช่

เปอร์ : ที่พี่เอามาเขียนหนังสือปะ

ก้อง : ใช่ ก็ไม่ได้คิดอะไร อ่านไปแต่ละหน้าแล้วหัวใจเต้นแรงมาก หัยเล่าอย่างนี้ได้หวอวะ

ก้อง : ถ้าพูดเรื่อง 365 วิธีในการเปลี่ยนโลก 1 หน้าคือ 1 เคสคือ 1 วัน แล้วก็ 1 เคสเขียนสั้นมาก เช่นที่จำได้ เร็วๆก็อย่างเช่นแบบ มันน่าจะเป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่หนึ่งในต่างประเทศนะครับ ผู้ชายเนี่ยก็เป็นคนงานในเมืองซึ่งทำลายสิ่งแวดล้อมเยอะมาก ชาวบ้านก็บอกว่าโรงงานคุณต้องหยุดได้แล้วคุณต้องเปลี่ยนแปลงมันสิ แต่ว่าเหล่าผู้ชายเนี่ยก็บอกว่ามันออฟฟิศฉัน ฉันจะต้องต่อสู้ก็ทำงานสิ เหล่าผู้หญิงแม่บ้านก็เลยรวมกันstrike ด้วยการไม่มีเซ็กซ์กับผู้ชาย

เปอร์ : เอ้อ (หัวเราะ)

ก้อง : บอกว่า หัยถ้าเกิดไม่แก้ปัญหานี้ไม่ต้องหลับนอนกัน สุดท้ายผู้ชายก็ยอมลุกขึ้นมาต่อสู้แล้วก็แก้ปัญหานั้นสำเร็จก็ได้

เปอร์ : แล้วอย่างเรื่องนั้นมันเปลี่ยนมุมมองอะไรพี่

ก้อง : เราพบว่าเรื่องดูแลโลก เรื่องรักโลก มันไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องสุดๆ อย่างเช่นใช้ถุงผ้า ปิดไฟคนละดวงได้ ก็ได้ เป็นอะไรก็ได้อีกมากมาย พอเราเห็นช่องทางแบบนี้เราเริ่มเสาะหาเรื่องจากคนแปลกๆ จากวงการต่างๆ ที่มันช่วยโลกด้วยวิธีการต่างๆ เอามาเล่าสู่ผู้คน

เปอร์ : อ้อ

ก้อง : นั่นคือเหตุการณ์ครั้งหนึ่ง ที่เราพบว่าสื่อมีพลัง

ก้อง : แล้วก็อย่างคนที่เราเลือกเข้ามาเนี่ย คนที่เราเลือกเข้ามาร่วมอะเนอะ เราไม่ได้มองเขาแค่คนมาร่วมแต่เรามองว่าเขาเป็น Content provider ด้วย

เปอร์ : อ้อ

ก้อง : content ส่วนใหญ่ก็มาจากพวกเข้าด้วยเพราะว่าหลายๆ คนมีประสบการณ์กับโรงแรมดุสิตธานีในแบบต่างๆ เช่น บางคนแต่งงานที่นี่ บางคน เอ็ม เคยออกแบบอะไรบางอย่างอยู่ที่นี่

เปอร์ : และการที่เขาเป็น Content provider ได้นั้นหมายความว่าเขต้องมีพื้นที่ในการที่เขาจะต้องไป
สามารถแสดงออกทาง content สิ

ก้อง : ใช่

เปอร์ : แล้วพื้นที่เหล่านั้นคือที่ไหน

ก้อง : ตรงนี้เลยครับ ทุกคนสามารถยกมือ แล้วก็มาสารวจแจมได้ เหย้ ผมรู้เรื่องนี้ผมขอแชร์ได้ไหม ผมเคย
มาตรงนั้นตรงนี้แชร์ได้ไหม

เปอร์ : อ้อ

ก้อง : ซึ่งทุกทริปเนี่ย คนที่มาเข้าร่วมจะมีสถานะเป็นคนเล่าเรื่องไปในตัวเหมือนกับพรมแดนมันก็จะได้
เป็น เขาเป็นผู้รับสารอย่างเดียว แต่ว่าเขาก็เป็นผู้ส่งสารด้วย

เปอร์ : อ้อ ผมเคยมาครับ

ก้อง : ใช่ครับ

วิทยากร : ห้องนี้เมื่อก่อนป๊อปปูล่ามาก sound engineer มาจากอิตาลีเลยนะ ระบบเสียงที่รับรองว่า VIP
มาแล้วดีใจทุกคน ผมเป็น staff หนึ่งของ lighting ช่วย ทำ sound ระบบทั้งหมดเนี่ย

ช่างน้อย : ชอบ moment แบบนี้ คือแบบคนนี้เป็นผู้ร่วมทริปแต่ว่า

เปอร์ : มาเล่า

ช่างน้อย : มาเล่าครับ

วิทยากร : ที่จริงมันมากเลยครับ ขอขอบคุณครับ

ก้อง : เมื่อก่อนพี่แหม่มมาที่นี้บ่อยไหมครับ

พี่แหม่ม : มากเลยคะ

เปอร์ : สวัสดีครับ

พี่แหม่ม : เคยมาๆ เคยเดทกับผู้ชายด้วย

ก้อง : โอ้โห มันดังไหมพี่เมื่อก่อน

พี่แหม่ม : แต่จำผู้ชายไม่ได้เลยว่ามีใคร (หัวเราะ)

ก้อง : (หัวเราะ)

พี่แหม่ม : ดั่งๆ แต่ก่อนดิสโก้เทคคุณนั้นมันอยู่ในโรมแรมหมดใจ มันไม่มีดิสโก้เทค

ก้อง : ข้างนอก

พี่แหม่ม : อ่าข้างนอก จนกระทั่งมีพาส

VO เปอร์ : การที่เราจะสร้าง content ใหม่ๆถือว่าเป็นเรื่องที่ทำทายนะครับ เพราะว่าการเล่า content
แต่ละเรื่องออกมาให้มีพลังให้กระทบใจกับผู้รับสาร เป็นความสามารถที่จะต้องเกิดจากการสะสมและช่างสังเกต
ครับ ในช่วงหน้าเราจะไปศึกษาวิธีการทำ content และการเล่าเรื่องพวกนี้จากคุณก้องกันแบบเจาะลึกเลยครับ

เบรก 3

เปอร์ (Vo.) : Perspective ในช่วงนี้เรายังคงอยู่กับคุณก้อง ผู้ผลิตคอนเทนต์ที่ในอดีตเคยเป็นบก.นิตยสาร ADAY แต่ปัจจุบันครับ เขาผันตัวมาทำคอนเทนต์ออนไลน์อย่าง The Cloud ที่สำคัญ ยังต่อยอดไปสู่การทำคอนเทนต์แบบสัมผัสได้จริงๆ อย่างเช่นการพาแฟนมาเดินชมโรงแรมระดับ 5 ดาวแบบนี้ก็อีกแหละครับ ซึ่งโรงแรมดุสิตธานีแห่งนี้ในวันที่เราทำการถ่ายทำนั้น ฟิงจะปิดตัวได้ 1 วันพอดีแหละครับ และแน่นอนว่าหากโรงแรมแห่งนี้ยังไม่ปิดตัวลง เราก็คงไม่มีโอกาสได้เข้ามาเดินชม มาเรียนรู้ศิลปะและแนวคิดในการสร้างโรงแรมกันแบบนี้ครับ เพราะว่าส่วนใหญ่เราจะมาในฐานะคนที่มาใช้บริการเป็นลูกค้าโรงแรมเสียมากกว่าครับ

เปอร์ : สมมติว่าดุสิตธานีไม่ปิด

ก้อง : ครับผม

เปอร์ : เมื่อวานนี้ไม่ปิดนะ ฟิงจะสนใจไหม

ก้อง : อาจจะไม่มาก เพราะว่ามันจะมีแค่ครั้งเดียว ครั้งที่ในอดีต แต่ว่าครั้งที่ในอนาคตที่เขาเก็บมัน ยิ่งเงี้ยอาจจะยังไม่มี แต่อย่างเคสเนี่ยมันมีสองครั้งที่มันประกบกันแล้วมัน โอ้โหมันเพอร์เฟ็คมาก

เปอร์ : ผมชอบมากในบรรยากาศที่เราารู้สึกว่าเรากำลังเดินดุสิตธานีในแบบที่เราไม่ได้เดินโรงแรมอยู่ครับ

ก้อง : ใช่

เปอร์ : เรากำลังเหมือนมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ที่มีคนเดินเต็มไปหมดเลย เมื่อก่อนป้ายนี้มันก็คือจุดประสงค์คือใช้บอกทาง แต่ตอนนี้เรามาดูกันแบบ โห งานอาร์ตนะเนี่ย ดุสิตดุสิต คุณผู้ชมดูครับ นี่คือบรรยากาศของหนังฝรั่ง เวลาเราเห็นคนเขาพานักศึกษา พานักเรียนมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์

ก้อง : เห็นกระดาษใหม่ แบบโรงแรมอะ Drawing จากกระดาษหัวโรงแรมอะ

เปอร์ : อ้อ อยากรู้ประสบการณ์ของพี่ก้องว่าอะไรที่มันนำพามาซึ่งการอยากเขียนหนังสือ

ก้อง : ครับ เนื่องจากว่าพี่เรียนเศรษฐศาสตร์เนอะ ไม่รู้จักसानนิเทศศาสตร์มาก่อนในชีวิตนะครับ แล้วก็ตอนที่ถูกชักชวนมาทำ ADAY โดยพี่โหน่ง วงศ์ทะนง

เปอร์ : ทำไมเขาถึงชวน

ก้อง : คือต้องเล่าต่อว่าอย่างเช่นตอนทำค่าย พอเรียนจบเสร็จแล้วปั๊บ ก็ยังมีคอนเซ็ปที่ยังอยากทำอีก แต่ที่เราเรียนจบมาแล้ว ซึ่งโอพวกที่ชอบไปค่ายเนี่ย พอมันเรียนจบแล้วมันก็จะมามีที่ให้ไปเหมือนกัน เหยี่ย มาว่าจะทำค่ายต่อเนอะ ก็เลยเอาทีมเช่น ดูดาว ไปดำนานา ไปเกี่ยวข้าว ไปเก็บบัวมาเป็นคอนเซ็ปของทริป

เปอร์ : ไปชวนใคร

ก้อง : คนมั่วไปเลยครับ อาจจะเริ่มจากพี่น้องในมหาลัยก่อน บังเอิญว่ามีสื่อมวลชนมาเห็น รวมถึงพี่โหน่ง วงศ์ทะนงก็ได้มาร่วมทริปกับเราด้วย

เปอร์ : ที่มาทำ ADAY ในสมัยที่พี่โหน่งยังเป็นบก.อยู่

ก้อง : พี่เป็นบก.คนที่ 3 ต่อจากพี่โจ้ว วชิรา พี่โหน่งเป็น 2 ปีแรก พี่โจ้ว วชิราเป็น 2 ปีถัดมา แล้วพี่เป็นต่อจากพี่โจ้ว แล้วก็ตอนทำก็ไม่ได้รู้ว่ามัน Impact กับผู้คนมากมายแค่ไหน มันก็มีจุดเปลี่ยนที่ตอนนั้นเราทำเรื่องโลกร้อน เหตุการณ์โลกร้อนเกิดขึ้น แล้วเราก็เลยทำเรื่องโลกร้อนแต่ที่เราปิดอีกมุมหนึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการช่วยกันปลูกต้นไม้แทน แล้วก็พบว่าเล่มนั้นอะมี Impact เยอะมาก มีคนแบบอินกับมัน มีคนพูดถึงมัน มีคนซื้อมัน ยอดขายมันก็ดีมาก แล้วก็อีกครึ่งหนึ่งที่เปลี่ยนชีวิตมากๆ คือตอนทำเรื่องธรรมะ ตอนที่ทำเรื่องธรรมะก็เป็นเรื่องที่เราคิดว่าธรรมะเป็นเรื่องไกลตัวผู้คน เด็กวัยรุ่นน่าจะสนใจยากนะครับ เราเองยังไม่ค่อยสนใจเลย เอ๊ะ แล้วคนทั่วไปเขาสนใจอะไรกัน เขามีคำถามอะไรกัน สถู๊ปกี้คือตอบคำถาม 9 ข้อที่คนอยากรู้ อย่างเช่น ทำไมสัตว์โลกถึงเป็นไปตามกรรม พระเครื่องที่ห้อยคอกันเนี่ย มันเป็นพุทธหรือเป็นไสยกันแน่ หรือพระพุทธรูปเจ้ามีจริงไหม ก็นิมนต์พระ 9 รูปมาตอบ แล้วก็มัน Simple มากนะครับ แต่ว่าโคตรมีพลัง พอ ADAY ของพี่ออกไป ให้ ยอดขายถล่มถลายมาก แล้วก็แปลกที่สุดหลังจากนั้น เวลาผ่านไปซัก 3 เดือน 4 เดือนเราไปเจอคนคนหนึ่งครับ เขาบอกว่าพออ่านจบแล้วอะเขาไปบวช เพราะว่าอินมาก เลยอยากรู้ต่อเขาก็ไปบวชเลยครับ เราเลยรู้สึกว่ามีอิทธิพลอะ

เปอร์(Vo.) : และในตอนนี้ครับ คุณก้อง พร้อมกับคณะแฟนๆของ The cloud ก็เดินทางมาอยู่ที่ห้องอาหาร ชั้นที่ 22 บนชั้นนี้ สามารถมองวิวได้ 360 องศา ซึ่งหากย้อนไปเมื่อ 49 ปีที่แล้วครับ ในวันที่อากาศดีๆสามารถมองจากจุดนี้ได้ไกลไปจนถึงเห็นแม่น้ำบางปะกงเลยทีเดียวครับ

เปอร์ : แล้วไปทรานไซบีเรียมันกลายเป็นหนังสือได้อย่างไร

ก้อง : คือตอนที่ไปทรานไซบีเรียเนี่ย ก็มีโอกาสดูไปเที่ยวทะเลเนอะ แล้วก็เขียนเรื่องการเดินทาง จีนไปรัสเซีย บนทางรถไฟสายนี้

เปอร์ : บันทึกการเดินทางชื่อว่าอะไรนะครับ

ก้อง : ดาวหางเหนือทางรถไฟ

เปอร์ : เล่มนี้คือเล่มที่ดัง

ก้อง : ใช่ แต่ว่าจากหนังสือเล่มนั้นอะครับ หนังสือเล่ม 365 ways to change the world เนี่ย ก็พบว่าเรื่องนี้มันมีพลัง มันเจ๋งวะ มันทำให้เราใจสั่นตลอดเวลา อยากทำหนังสือแบบนี้บ้าง ก็เลยค่อยๆเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติม ค่อยๆพยายามหัดออกแบบการเล่า ให้มันสั้นลง ให้มันแปลกขึ้น จนการเป็นหนังสือชื่อว่าต้นไม้ใต้โลก คือรวมเคสคนดูแลโลกแบบแปลกประหลาดมาก 100 เคสจากทั่วโลก

เปอร์ : แล้วพี่เอาเรื่องของใครมาเล่าบ้าง

ก้อง : แต่ละอาชีพมันจะมีการดูแลโลกที่มันแตกต่างกันออกไป ถ้าเราตั้งคำถามง่ายๆเวลาดูแลโลก ซักหนึ่งเรื่อง จะสามารถดูแลโลกง่ายๆได้อย่างไรบ้าง คำตอบก็จะเป็น อะ ใช้ถุงผ้าสิ ปิดไฟคนละดวงสิ แต่ถ้าเราเปลี่ยนคำถามใหม่เป็นว่า คุณคิดคุณอะ สามารถดูแลโลกได้ วิธีการไหนที่มันดีที่สุด มากที่สุด

คำตอบมันจะเปลี่ยน ทำให้เราเห็นว่าแต่ละอาชีพเนี่ย มันมีวิธีการที่แตกต่างออกไป อย่างเช่นถ้าเอาแบบพอนต์นะครับ เออ ทำอะไรได้วะ แบบพอนต์ พี่ก็ไปเจอพอนต์เซตนี้ครับ เป็นของฝรั่งนะ ออกแบบพอนต์ให้ตรงกลางพอนต์อะ มันเป็นวงกลม ที่ไม่ต้องพิมพ์หมึกอะครับ เหมือนกับเจาะเจาะ เจาะเอาไว้อะครับ สามารถประหยัดหมึกได้เกือบครึ่งนึงนะครับ ซึ่งก็แบบ แบบนี้ก็ได้อะวะ ก็เลยแบบ อ้อ

แต่ละอาชีพ ถ้าคุณ Expert เพียงพอ ถ้าคุณตั้งใจเพียงพอเนี่ย วิธีการของตัวเอง เราก็เลยชอบวิธีการพวกนี้

เปอร์ : พี่เริ่มด้วยการหาคำถามที่มันจะส่งอิทธิพลถึงคำตอบ

ก้อง : ใช่ครับ แล้วก็ถามตัวเองด้วย ว่าแล้วอาชีพสื่อมวลชนล่ะ คุณจะดูแลโลกด้วยวิธีการไหนดีที่สุด

เปอร์ : อ้อ แล้วพี่ได้คำตอบว่าไงครับ

ก้อง : นำเสนอเรื่องที่ดี ที่มันเปลี่ยนแปลงผู้คนได้

ก้อง : เหมือนเมื่อก่อนเราคิดว่าสื่อมันก็เป็นเรื่องที่เราคนรู้ๆ แต่ว่า พี่คิดว่าตอนทำอยากให้คนรู้สึกมากกว่า เพราะความรู้สึกอะมันมีพลัง สามารถทำให้คนลุกขึ้นมาทำอะไรบางอย่างได้ เราก็เลยอยากจะทำสื่อ อยากจะเขียนหนังสือให้คนอ่านจบแล้วรู้สึก แล้วก็ลุกขึ้นมาทำอะไรบางอย่างบ้าง เราก็เลยอ้อ ถ้างั้น The cloud ทาอะไรก็ได้ที่จะทำให้คนเนี่ยได้เล่าสิ่งที่ตัวเองเชื่อ แล้วก็สรุปเป็น 3 คำ

เปอร์ : คือ

ก้อง : หนึ่งคือท้องถิ่น กรุงเทพฯมันไม่ใช่เมืองไทยอะ แล้วเมืองไทยมันก็ไม่ใช่กรุงเทพฯ แต่ทำไมเนื้อหาในสื่อทั้งหมดอะ ส่วนใหญ่เป็นกรุงเทพฯ หมดเลย เราก็อยากจะพูดถึงสิ่งต่างๆในต่างจังหวัดด้วย ข้อที่หนึ่งคือเรื่องท้องถิ่น อันที่สองคือเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเราไม่ได้อยากจะพูดเรื่อง อะไรที่มันเป็น Trendy อะไรมาใหม่ แต่อยากเล่าเรื่องพลังของความคิดสร้างสรรค์ ที่มันแก้ปัญหาได้ มีคนๆนั้นนะ ที่พยายามทำสิ่งนี้แล้วมันแก้ไขปัญหามาบางอย่างได้ นี่คือสิ่งที่เราอยากเล่า อันสุดท้ายคือก็ทำให้เนื้อหาคนอ่านดีขึ้น มีชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น ชีวิตพักผ่อนที่ดีขึ้น โลกเราดีขึ้น สังคมดีขึ้น นี่คือเรื่องที่เราอยากเล่า

เปอร์ : แน่นอ่นล่ะครับว่าพลังของสื่อมวลชนนั้น สามารถชี้นำสังคมได้มากนะครับ อย่างคุณก้องเองก็เป็นหนึ่งในคนที่เคยได้รับอิทธิพลจากการเสพคอนเทนต์ต่างๆจากการที่ตัวเองเคยได้ไปทาค่ายอนุรักษ์นะครับ จึงเป็นสาเหตุให้ในวันนี้ครับ เขากลายเป็นสื่อมวลชนที่มีความตั้งใจอยากจะชี้แนะให้กับผู้ที่มีโอกาสได้อ่านคอนเทนต์ของเขา ได้มีใจที่รักการอนุรักษ์มากยิ่งขึ้นครับ

เบรก 4

Vo. แน่นอละครับว่าในวันที่โลกมีการเปลี่ยนแปลง สื่อเดิมๆที่เคยมีอิทธิพลก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่นเดียวกัน แม้กระทั่งคุณก้องเอง ก็ต้องเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นบก. นิตยสาร กลายมาเป็นบุคคลที่ทำคอนเทนต์สู่โลกดิจิทัล มาดูกันครับว่าวิธีการปรับตัวของเขานั้นมันมีผลกระทบหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้างครับ

เปอร์ : พอเปลี่ยนตัวเองจากนิตยสาร มาเป็นโลกออนไลน์ เราต้องปรับตัวเองจาก Analog ให้ไปสู่ Digital มันยากไหมครับ

ก้อง : จริงๆแล้วทุกคนจะเข้าใจว่า The Cloud เป็นเว็บไซต์ แต่จริงๆแล้วไม่ใช่ครับ The Cloud เป็นนักเล่าเรื่องนะครับ คือ The Cloud ตั้งโดยพี่กับพี่ช่างน้อย คุณชรรณ อยุธยา 2 คนตั้งร่วมกัน พี่ทำคอนเทนต์มาก่อน พี่ช่างน้อยดูแลเรื่อง Event เรื่อง Marketing มาก่อนเราก็เคยมีเว็บไซต์ The Cloud เป็นส่วนหนึ่งที่คนรู้จักเราแต่ว่ามีกิจกรรมอื่นๆ มี Campaign มี Trip มี Festival มีจัดวิ่ง จัดปั่นจักรยานอีกมากมายนะครับ เพราะฉะนั้น The Cloud จึงไม่ใช่ย้ายฐานจากกระดาษมาสู่ออนไลน์ แต่ว่าเป็นการย้ายฐานจากกระดาษมาสู่ Infinite อย่างเช่นทริปวันนี้เป็นต้นครับผม

เปอร์ : โอเคแน่นอนว่าเล่าเรื่อง เล่าเหมือนกันแต่เล่าผ่านนิตยสารกับเล่าผ่านโทรศัพท์มือถือ เล่าผ่านเว็บไซต์มันต่างกันไหมครับ

ก้อง : พี่ว่าอย่างแรกเลยครับ คือเว็บไซต์มันนับตัวเลขได้ พอมีตัวเลขเกิดขึ้นทำให้คนจำนวนมากเริ่มสนใจตัวเลข สนใจว่าคลิปนี้จะมียอดวิวกี่วิว Facebook จะมีคนแชร์กี่แชร์ เว็บไซต์คนอ่านก็คลิก ซึ่งพอคนสนใจตัวเลขมากๆเข้า อาจมีการหลงทางกันได้ เผลอเข้าใจไปว่า คอนเทนต์ที่วิวเยอะ คือคอนเทนต์ที่ดี ซึ่งนั่นโคตรผิดเลยครับ

เปอร์ : คอนเทนต์ที่ดี แต่ยอดวิวน้อย นั่นหมายความว่าต่อให้ดี แต่ไม่มีคนอ่านก็ไม่มีประโยชน์เท่ากับว่าทำคอนเทนต์ให้มีคนอ่านเยอะๆหรือเปล่า

ก้อง : คือเราต้องเข้าใจก่อนว่าทุกเรื่องมันไม่ได้ Mass เท่ากันหมด แต่ว่าคำถามคือเราเกิดมาเพื่อเล่าอะไรกันแน่ และก็สิ่งนั้นถ้ามันจะมียอดเยอะก็เป็นเรื่องที่ดี แต่ถ้ามันจะมีคนอ่านน้อยไปบ้าง เพราะว่าเรื่องนั้นไม่ได้เป็นเรื่องที่ Mass ก็ต้องใจมันให้ได้

เปอร์ : เท่าที่คุยมา เรื่องที่พี่สนใจ มักเป็นเรื่องที่คนไม่ค่อยให้ความสนใจ พี่มีวิธีการทำอย่างไรให้เรื่องเหล่านั้นมันกลายเป็นเรื่องที่ได้รับคามสนใจ

ก้อง : อย่างแรกสุดเราต้องเข้าใจคนอ่านก่อน เขาสนใจอะไร ไม่สนใจอะไร อยากฟังอะไรและไม่อยากฟังอะไร พอเราเข้าใจเขา เราก็จะรู้ว่าเราจะเชื่อมโยงเรื่องนี้กับเขาในมุมไหนให้เขาสนใจ หลากๆอย่างที่เป็นความ Niche หรือ Mass เป็นความเชื่อจำนวนมากเลยนะครับ เช่น คนจะเชื่อว่าคอนเทนต์ออนไลน์ต้องสั้น ต้องกระชับ และกับบทความ The Cloud บางชิ้นนะครับ ยาว 12 หน้า A4 , 17 หน้า A4 ก็มี ก็อ่านกันเป็นหมื่นนะครับ บทความสัมภาษณ์พี่เบิร์ดยาว 12 หน้า A4 อ่านเป็นแสน

ก็ไม่ได้แปลว่าบทความยาวคนจะไม่อ่านนะครับ หรืออย่างเช่นเรื่อง เจริญประวัติศาสตร์ที่ดูแบบน่าเบื่อคนก็อ่านกันเป็นหมื่นๆ ซึ่งมันได้พิสูจน์แล้วว่า คอนเทนต์ที่ดี ถ้ามันดีจริงนะและมันคุยกับคนจริงๆยังไงมันก็มีคนอ่าน

เปอร์ : เรื่องที่เราอยากจะทำ หรือสนใจเรื่องที่คุณอยากจะทำ

ก้อง : 2 ส่วนครับ คือเราสนใจเรื่องที่คุณอยากทำ แต่ไม่ใช่ประเด็นหลัก เพราะเรารู้สึกว่าบนโลกใบนี้ มันมีเว็บต่างๆที่ทำหน้าที่ เซ็ค SEO ว่าตอนนี้ Trending มีอะไรอยู่บ้าง เอาเรื่องพวกนั้นเยอะแล้ว แต่ว่าเราอยากเล่าสิ่งที่ไม่มีคนเล่า และเราคิดว่ามันน่าจะมีคนรอฟังอยู่ อยากทำสิ่งนั้นมากกว่า มันมีคำถามว่าจริงๆแล้วสื่อมวลชนควรจะทำหน้าที่อะไรกันแน่ ระหว่าง สะท้อนสังคม กับ ชี้นำสังคม

เปอร์ : สะท้อนสังคมคือ

ก้อง : สะท้อนสังคมก็คือว่า มันก็จะมีคนทำข่าวทำคอนเทนต์เรื่องเกี่ยวกับการไปช่วย ตัวเลขต่างๆๆ ช่วงที่ช่วยออก คนก็จะบอกว่า ก็มีคนรออ่านไง เราทำหน้าที่สะท้อนสังคมเพราะว่าคนสนใจสิ่งนี้อยู่ แต่คำถามก็คือว่าแล้วแท้จริงแล้ว สื่อมวลชนควรจะสะท้อนสังคมหรือชี้นำสังคมกันแน่ ทำเนื้อหาอยากจะทำคนอ่านไปถึงตรงนั้นกันแน่ เขาอาจจะไม่ได้อยากฟัง แต่เขาควรจะฟัง เขาควรจะรู้ เพื่อขับเคลื่อนบางอย่างให้มันดีขึ้น ดีกว่าเดิมหรือเปล่า ซึ่งส่วนตัวที่ คิดว่าสื่อมวลชนควรจะทำหน้าที่ชี้นำสังคมเพราะคุณมีพลัง

เปอร์ : โอ้คำว่าชี้นำสังคมมันมีเรื่องของทัศนคติของผู้เขียนหรือของคนที่เป็นสื่อด้วย เช่น การเมือง ที่เขาบอกว่าสื่อควรจะทำตัวเป็นกลาง ในมุมมองของพี ที่คิดว่าอย่างไร

ก้อง : เนื่องจากเว็บเราก็ไม่ได้พูดเรื่องการเมืองนะครับ แต่ที่คิดว่าถ้าตัดเรื่องการเมืองออกไป ทุกๆเรื่องมันไม่มีเรื่องกลางหรอก เราไม่ใช่ Journalist เราเป็น Activist ยกตัวอย่าง อย่างเช่น สนใจเรื่อง Public space พื้นที่สาธารณะ เราเชื่อว่าถ้าเกิดว่ามีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ต่างๆมากมายให้เป็นสาธารณะมันน่าจะดีขึ้น เราชอบสิ่งนี้ ฉะนั้นจะชมสิ่งนี้ มีเคสต่างๆมาและก็เอามาเล่า มัน Activist ครับ มันไม่ใช่เป็นการตั้งคำถามว่า ข้อดีคืออะไร ข้อเสียคืออะไร ควรทำหรือไม่ควรทำ แต่ว่าแต่ปักธงมาแล้วว่าฉันชอบและเราว่ามันดี

เปอร์ : แสดงว่าส่วนใหญ่เป็นการแสดงทัศนคติใช่ไหมครับ

ก้อง : ใช่ครับ

เปอร์ : และถ้ามีคนเกินสวนทางกับสิ่งที่เราคิดละ

ก้อง : ก็ไม่มีปัญหาเลยเพราะว่าโลกนี้ต้องการความหลากหลาย ทุกประเด็นควรจะหลากหลาย ควรจะมีคนเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย สื่อก็ต้องหลากหลายเช่นเดียวกัน สื่อควรจะมีทั้งสื่อที่ชม และสื่อที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งต่างคนก็ต่างทำหน้าที่กันไป

เปอร์ : โอเค เมื่อสักครู่นี้กำลังพูดเองว่าสื่อควรจะมีชี้นำสังคม

ก้อง : ครับ

- เปอร์ : บางคนอาจจะขึ้นมาให้ไปทางที่ดี บางคนอาจจะขึ้นมาให้ไปในทางที่ไม่ดีก็ได้ ถ้าสื่อมีอิทธิพล มีบทบาท คนที่เป็นคนทั่วไปที่เสพสื่อ เขาก็มีวิธีการเลือกสรรหรือรู้เท่าทันสื่อได้อย่างไรว่า สื่อแบบนี้มันเสฟแล้วมันดีต่อฉันนะ สื่อแบบนี้อ่านแล้วฟังหูไว้หูก่อน
- ก้อง : จริงๆแล้วทุกข้อมูลทีอ่านในทุกๆสื่อ ไม่ควรเชื่อครับ
- เปอร์ : ขนาดนั้นเลยหรอครับ
- ก้อง : จริงๆครับ ไม่ควรเชื่อ คือโลกนี้ไม่ได้มีขาวกับดำถูกไหมครับ มันไม่มีหรอกที่ว่าทุกอย่างมันจะถูกต้องเป็นจริง และควรจะเป็นอย่างนั้นเสมอ มันมี A B C D... อื่นๆอีกมากมายครับ โลกสี่เท่าความคิดก็เช่นเดียวกัน ทุกแนวคิด ทุกการกระทำ ทุกอย่าง มันก็มีความหลากหลาย คุณก็แค่รู้จักมัน ทั้งความเห็นหรือข้อเท็จจริงนะครับ ก็ควรฟังไว้ให้รู้ ก็เก็บไว้เป็นข้อมูลชุดหนึ่ง และก็คุณใคร่ควรจากประสบการณ์ที่คุณมี จากข้อมูลที่คุณมี แล้วคุณคิดมันว่าอย่างไร ไม่ใช่ว่าอะไรที่เห็นไม่เหมือนฉัน ฉันก็ด่ามัน ฉันก็ไม่เหยียดมัน ย้ายมันว่ามันผิด ซึ่งสิ่งนี้ไม่ควรจะเป็นแบบนี้
- เปอร์ : วันนี้เราอาจจะถูกเตือนสติอีกครั้งหนึ่งว่า แทนที่เราจะต้องมานั่งเลือกว่าสื่อแบบไหนเราควรจะเชื่อหรือไม่เชื่อ เอาง่ายๆเลยครับ ไม่ต้องเชื่อใครเลย ทางเดียวที่เราจะได้อะไรก็คือต่อเมื่อเราได้เจอหรือค้นพบหรือเข้าใจสิ่งๆนั้นจริงๆ มันถึงจะเกิดขึ้นมาเป็นปัญญาซึ่งนี่ก็คือตามหลักศาสนาที่ทางพระพุทธเจ้าท่านได้สอนเอาไว้ครับ คือสิ่งหนึ่งที่ผมสัมผัสได้นะจากชีวิตของพี่ก้องนะครับ
- ก้อง : ครับ
- เปอร์ : ผมสัมผัสได้อย่างหนึ่งว่าที่มีความเชื่ออย่างหนึ่งว่าหากเรารักหรือชอบอะไรก็ตามนะ เราไม่ใช่คนหนึ่งที่ชอบสิ่งนั้นบนโลกใบนี้ เขามักจะตามหาเนื้อคู่ของเขา หรือกลุ่มคนของเขา ที่ชอบแบบเดียวกันกับเขาอยู่เสมอ ตั้งแต่สมัยทำนิตยสาร หรือตั้งแต่ก่อนจะทำนิตยสาร ตั้งแต่สมัยทำค่าย
- ก้อง : ครับ
- เปอร์ : ก็ไปตามหาคนที่อยากจะออกกิจกรรมร่วมกัน สุดท้ายก็ได้เจอและก็ได้ทำร่วมกันเพราะว่าด้วยความเชื่อเดียวเสมอมาว่า สิ่งใดก็ตามที่เรารัก ถ้าเกิดเราทำมันดีมาพอ เราจะสามารถตามหาคนที่ชื่นชอบในแบบเดียวกันกับเราได้เสมอ

Vo. วันนี้หมดเวลาของรายการ Perspective แล้วนะครับ คุณผู้ชมสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของรายการได้ผ่านทาง Youtube , Facebook และ Instagram ของ Perspective TV นะครับ หรือว่าติดตามการ Live ไปพร้อมๆกันกับทางช่อง 9 MCOT HD แบบนี้ก็ได้ผ่านทาง Facebook Live ของ Perspective TV เช่นเดียวกัน และหากคุณมีคำถามสงสัยติดต่อเข้ามาสอบถามทีมงานของเราได้ตลอด 24 ชั่วโมงนะครับ ผ่านทาง Line ID @PERSPECTIVETV นะครับ

เปอร์ : สิ่งที่สำคัญที่สุดนะครับ ไม่ว่าแง่มุมไหนก็ตามที่คุณได้จาก Perspective ในคืนนี้ จะเหมือนกันกับผมหรือแตกต่างจากผมไม่เป็นไรเลยนะครับ แต่สำคัญคือคุณต้องนำมันไปปรับใช้ แล้วชีวิตของคุณในวันพรุ่งนี้...

เปอร์, ก้อง : จะเปลี่ยนไป

เปอร์ : ไปแล้วครับ สวัสดีครับ พี่ก้องขอบคุณนะครับ

ตอนที่ 3:

แฮกรับเชิญ คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์

เบรก 1

Vo. Perspective ในสัปดาห์นี้ครับ เรายังคงนำเสนอเรื่องราวและมุมมองของบุคคลที่อยู่ในวงการสื่อสารมวลชนนะครับ เพราะว่าเราร่วมมือกับกสทช. ละครับ นำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่อยู่ในวงการนี้เพื่อที่จะสร้างมุมมองให้กับคุณผู้ชมได้เสพลีอย่างเท่าทันนะครับ เนื่องด้วยว่าในปัจจุบันนี้ครับ อัตรากาการแข่งขันที่หลายๆคนทราบกันในวงการสื่อสารมวลชนนั้นค่อนข้างที่จะสูงนะครับ ทำให้ผู้ผลิตสื่อเหล่านั้นล้วนแล้วแต่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์หลากหลายรูปแบบมาเพื่อที่จะทำให้สื่อของตัวเองนั้นสามารถอยู่รอดไปได้นะครับ โดยที่หลายๆครั้ง บนการสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการแข่งขันแบบนี้จึงทำให้หลายๆคนละเลยในเรื่องของคุณประโยชน์ ที่จะมอบให้กับคุณผู้ชมนะครับ จึงเป็นเหตุให้กสทช. ร่วมมือกับ Perspective ละครับ นำเสนอเรื่องราวของคนที่อยู่ในวงการสื่อสารมวลชนที่จะมอบมุมมองให้คุณเสพลีอย่างเท่าทันนะครับ อย่างเช่นสัปดาห์นี้ครับ เรานำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่อยู่ในวงการสื่อ ในฐานะผู้กำกับที่ผลิตซีรีส์โดนใจวัยรุ่นมากที่สุดในยุคนี้ละครับ

Vo. เรื่องราวเหล่านี้เกิดขึ้นภายใต้การให้กำเนิดของผู้ชายคนนี้ละครับ ผู้กำกับที่ว่าชื่อคุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์นะครับ เรื่องราวจะเป็นยังไงและมุมมองของการเสพลีอย่างไรในเท่าทัน ติดตามดูให้ดีกับ Perspective ในคืนนี้นะครับ

เปอร์ : พี่ยังสวัสดีครับ

ยัง : สวัสดีครับ

เปอร์ : เรามานาดาวเข้ามาก ไม่มีใครเลยตอนนี้

ยัง : ครับ

เปอร์ : มีแค่พี่ยังไซ้ไหมครับ

ยัง : จริงๆ ปกติรถตรงนี้รถต้องเต็มครับ แต่ตอนนี้ยังไม่มีใครมาเลยครับ

เปอร์ : เพราะว่าเรามาเข้ามาก

ย้ง : ใช่ครับ

เปอร์ : ออฟฟิศเปิดกี่โมงครับ

ย้ง : อ่า.. เริ่มทำงาน 10 โมงครับ

เปอร์ : 10 โมง อีกประมาณชั่วโมง

ย้ง : เกือบชั่วโมงหนึ่งครับ

เปอร์ : ประมาณชั่วโมงคนก็เริ่มจะมาทำงานแล้ว ขออนุญาตให้พี่ยังพาเยี่ยมชมหน่อยได้ไหม

ย้ง : ห้องแรกที่จะเห็นก็คือห้องแคสดีจิงครับ ก็คือจะมีนักแสดงหลายๆคนมีจุดเริ่มต้นที่นี่ จริงๆห้องนี้เป็นห้องที่ไม่เคยว่างเลย

ย้ง : อันนี้เป็นห้องครีวครับ มันอาจจะไม่ดูเก๋ไก่อะไรมากนักครับ นาดาวมันดูเป็นบ้าน เราไปในทางอบอุ่นมากกว่าครับ

ย้ง : ส่วนอันนี้เป็นห้องแต่งตัวนักแสดงครับ

เปอร์ : มีห้องนั่งห้องน้ำอย่างดีเลย

ย้ง : ครับ คือมันดี มันทำมาเพื่อน้องๆนักแสดงเราหรือพวกนักแสดงเนี่ย มีงานอีเว้นท์หรืองานโฆษณา เวลามาพิตติ้งอะไรก็ตามหรือแต่งตัวไปออกงาน ก็เลยมีที่นี่ไว้

ย้ง : นี่คือห้อง Workshop นาดาว ห้องนี้เรียกได้ว่า นักแสดงผ่านมาแล้ว ไม่ว่าจะเป็พใหม่ ดาวิกา มาริไอนาย ณภัทร น้องไบเฟิร์น อะไรก็ตามล้วนเคยมา workshop ที่ห้องนี้หมดนะเลยครับ

เปอร์ : ชั้นนี้

ย้ง : ชั้นนี้ นักแสดงนาดาวทุกคนเคยผ่านห้องนี้หมดแล้วครับ

เปอร์ : นี่ อยากให้คุณผู้ชมเห็นอะ ลุคผมอีกแบบหนึ่งที่ผมไม่เคยเห็น นี่คือลุคภายใต้บทบาทของการเป็นนักแสดง ต้องคิขุน่ารักๆแบบนี้ละอะ มีเยอะมากเลยนะอะ นักแสดงนาดาวทุกวันนี่ก็คน

ย้ง : 41 หรือ 42 เนี่ย ไม่แน่ใจครับ

เปอร์ : เคยมีมากกว่านี้ไหมครับ

ย้ง : ไม่เคย นี่คือมากที่สุดละ

เปอร์ : เหรอ นี่มากที่สุดแล้ว

ย้ง : แล้วหลังจากนี้คงพยายามน้อยๆลงแล้ว

ย้ง : ชั้นสองเราจะเป็นห้องทำงานของผู้ใหญ่

เปอร์ : ครับ

ย้ง : หมายถึงเฮตต่างๆ บวกกับเป็นชั้นของแผนกดูแลศิลปิน คือเราจะพยายามให้แผนกดูแลศิลปินขึ้นมาอยู่ข้างบน เพราะเวลาที่น้องๆมันขึ้นมาแบบ เจ๊าะแจ๊ะงอแงกับพี่ๆอะไรเนี่ย มันจะได้ดูเป็นส่วนตัว ไม่ได้ปนกับคนข้างนอกอะไรีครับ

ย้ง : นี่เป็นห้องตัดต่อครับ

เปอร์ : ห้องตัดต่อ Editor

ย้ง : ใช่ครับ จะมีความรักแบบนี้ ก็นี่จะเป็นห้องที่แบบสมมติตรงจุดนี้ ก็จะเป็นจุดที่ แบบไคเรกเตอร์จะมาดูงานที่ทีมตัดต่อตัดให้ไคเรกเตอร์ดู อะไร้ครับ

เปอร์ : อ้อ

ย้ง : นี่คือห้อง จริงๆมันคือห้องประชุมอะ ซึ่งเป็นห้องที่พี่ชอบมาก เป็นห้องที่พี่รักมาก มันเป็นห้องประชุมแต่ที่ว่าที่ผ่านมาอะ เราใช้มันเป็นห้องเขียนบท ที่มันเขียนบทแต่เรื่องที่สำคัญๆแล้วมันประสบความสำเร็จมาทุกเรื่อง

Vo. ห้องๆนี้ จะเป็นที่รู้จักันดี ในบรรดาของคนทำงานอยู่ที่นาดาวรวมถึงที่จิสติเอช ว่าในตอนกลางคืนนั้นจะเปิดไฟอยู่ตลอดเวลา และมีทีมงานเขียนบทและพี่ยังทำงานกันอย่างขะมักเขม้น จนทำให้ผลงานที่ผ่านมือพี่ยัง ไม่ว่าจะเป็นฮอว์โมนาทุกซีซั่น I hate you, I love you Stay ซากะ ฉันทจะคิดถึงเธอหรือแม้กระทั่งล่าสุดกับเลือดข้นคนจาง ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากละครับ แน่นอนละครับ เบื้องต้นเรารู้แล้วว่าที่ทำให้สิ่งเหล่านั้นประสบความสำเร็จ เพราะว่าเขาให้ความสำคัญกับการเขียนบทเป็นอย่างมาก แต่เราต้องมาทำความรู้จักตัวตนของเขากันต่อครับ ว่านอกเหนือจากเรื่องนั้นแล้ว อะไรที่ทำให้เขาผู้นี้สามารถนำพาให้บริษัทนาดาวบางกอกประสบความสำเร็จและมีนักแสดงที่มีชื่อเสียงกลายเป็นที่รู้จักเยอะแยะมากมายครับ

เปอร์ : ย้อนกลับไปครับพี่ย้ง

ย้ง : ครับ

เปอร์ : สมัยก่อนพี่ย้ง เรียนนิเทศฯ จุฬา

ย้ง : ใช่ครับ จริงๆต้องบอก

เปอร์ : ได้ข่าวว่าพี่ซิวมา

ย้ง : ใช่ครับ ซิวมาจากเอแบค คือ..

เปอร์ : สมัยนั้นพี่เรียนอะไร

ย้ง : เรียนบริหารธุรกิจ แต่รู้สึกว่พอเข้าไปเรียนละไม่ชอบ

ย้ง : ละพอมานปีสอง เริ่มรู้สึกว่ เริ่มไม่มีความสุขเรื่อยๆ จำได้เลยว่ามันมีการสอบมิตเทอม ตอนปีสองเทอมหนึ่งเรียนวิชา psychology และกำลังอ่าน text วิชา จิตวิทยาเป็นภาษาอังกฤษเล่มหนาเท่าเนี้ย ละอ่านละแบบไม่รู้เรื่องเลยอะ รู้สึกว่ไม่ไหวแล้วมันทรมาณไม่มีความสุขอะ ก็เลยปิดหนังสือ psychology ละก็มองไปที่ชั้นหนังสือแล้วก็เจอหนังสือเตรียมสอบเอ็นทรานซ์ของตัวเอง เมื่อสองปีที่แล้ว

เปอร์ : ที่ยังไม่ได้อ่าน

ย้ง : ใช่ แล้วก็หยิบหนังสือเอ็นมานั่งอ่าน

เปอร์ : แล้วก็นั่งถามตัวเองว่ ชีวิต..ในชีวิตเราชอบอะไรวะ จนกระทั่งเจอสิ่งที่ตัวเองชอบ การถ่ายภาพ

ย้ง : จริงๆ ชีวิตก่อนเข้านิเทศศาสตร์เนี่ยเป็นคนไม่ชอบเสพบันเทิงเลย ดูละครบ้างตามแม่ ดูหนังบ้างตอนเด็กๆ ก็คือแม่พาไปโรงหนัง พอเราเรียนคณะที่ทุกคนสนใจวงการบันเทิง พอเราเรียนหนังสือเสร็จปุ๊ป ทุกคนก็ยังไม่กลับบ้านก็จะหากิจกรรมทำ หลักๆก็คือชวนกันไปดูหนัง พอดูหนังกันเสร็จปุ๊ปออกมาก็ไปกินข้าว พอนั่ง

- กินข้าวกัน ถ้าอย่างเป็นทางการแต่ก่อนเราก็แค่จะพูดถึงแค่ความสนุกไม่สนุกอะไรก็พอเป็นเด็กนิเทศศาสตร์มันก็จะเริ่มแบบว่า หนึ่งเรื่องนี้มี symbolic อะไร มีสัญลักษณ์อะไร วันนี้ต้องการตีความ มีความหมายว่าอะไรจริงๆหนึ่งอาจไม่มีอะไร ไม่ได้ตั้งใจอะไรขนาดนั้นเลย แต่พอเป็นเด็กเรียนทางเนี่ย มันต้องพยายามคิดอะ
- ยัง : ซึ่งจริงๆกลายเป็นสิ่งเหล่านี้เนี่ย มันคือการฝึกเราคิดวิเคราะห์ และพอวันหนึ่งพอเราไปเรียนวิชาวิจารณ์ภาพยนตร์ จำได้เลยว่าเคยวิจารณ์หนังไปเรื่องหนึ่งแล้วอาจารย์บอกว่า ผมคิดไม่เหมือนคุณเลยสักอย่าง ภูมิใจแป้วละ ภูมิใจ F หรือเปล่า อาจารย์เขาเขียนมาเลยนะ ผมคิดไม่เหมือนคุณสักอย่างแต่คุณอธิบายให้ผมเข้าใจในสิ่งที่คุณคิดได้ เขาให้คะแนนเต็มนะ
- เปอร์ : อืม
- ยัง : มันทำให้เรารู้สึกว่าการเรียนสาขาวิชานี้มันไม่มีกรอบ
- เปอร์ : คิดต่างได้
- ยัง : ใช่ คิดต่างได้แต่เราต้องมีเหตุผล เราต้องอธิบายได้ว่าสิ่งที่เราคิดมันคืออะไร
- เปอร์ : เรียนนิเทศศาสตร์
- ยัง : ครับ
- เปอร์ : เริ่มเห็นมุมมองละ
- ยัง : ครับ
- เปอร์ : ในการทำหน้าที่
- ยัง : ครับ
- เปอร์ : ละมันเกิด Passion ของการที่ต่อยอดจากคนชอบถ่ายภาพ กลายมาเป็นผู้กำกับได้ยังไงอะ
- ยัง : คือ ตอนเรียนปีสามปีสี่ที่เข้าภาควิชาภาพยนตร์และภาพนิ่งแล้ว ตอนนั้นก็ยังชอบการถ่ายภาพนิ่งอยู่มาก ไม่เคยอยากทำภาพยนตร์ ด้วยความพอเป็นถ่ายภาพนิ่งเยอะมากๆ และเพื่อนคิดว่าถ่ายภาพนิ่งได้ดี พอวันหนึ่งพวกเพื่อนๆจะไปถ่ายหนังสั้นกัน มันก็เลยชวนไปถ่ายหนังสั้นให้มัน
- ยัง : คือเราเริ่มรู้สึกอินกับการทำหน้าที่ การถ่ายหนัง จากการไปถ่ายหนังสั้นให้เพื่อนเนี่ยแหละ คือสมมติว่าเราไปถ่ายปั๊บ จริงๆผู้กำกับก็มีภาพในหัว มีการเล่าเรื่องในหัว แต่เราอะจะโฟกัสภาพ ละพอเวลาผู้กำกับบอกมันอยากได้ภาพนี้ๆ เรา รู้สึกว่าไม่เห็นดีเลย อันเนี่ยดีกว่า พุดแบบนี้เลย
- ยัง : สมมติตอนแรกเราก็ Input เรื่องภาพ การเล่าเรื่อง การเล่าด้วยภาพ หลังๆเริ่มมา Input ว่า ทำไม ทำไม เล่นแบบนี้ละ
- ยัง : แต่ก็ไม่ได้คิดว่าตัวเองจะเป็นผู้กำกับได้นะ เพราะจริงๆไม่ได้มีความฝันและไม่ได้ชอบทางนั้นอะ
- ยัง : จนกระทั่งกลับมาที่กรุงเทพ แล้วก็บังเอิญของชีวิตที่ เนี่ย มันเป็นเรื่องของแบบจุดเปลี่ยนละมันพาเราไหลไปอะ
- ยัง : จริงๆ การทำฟิโนเนี่ยเป็นเหมือนโรงเรียนสำคัญที่สุดในชีวิตของการทำงานโปรดักชั่นอะ ได้เรียนรู้อะไร เยอะมากจากพี่ต่อ จากคนที่ทำงานฟิโน
- เปอร์ : พี่ต้องเป็นคนคอยตะโกน คอยแบบเร็วๆหน่อย
- ยัง : ใช่ๆ

เปอร์ : โฟยังไม่มาอีก พี่ยังเลยเธอ

ยัง : คือจริงๆ จาได้เลยว่าไปออกกองวันแรกอะ ด้วยความที่เป็นเด็กคนหนึ่งทีเพิ่งได้เข้ามาในกองถ่ายแล้วใช้วิธีการแบบ พี่เปอร์ทำแบบนี้หน่อย เดี๋ยวอะ วิ่ง วิ่งทั่วกองละพูดพี่ๆ อะไรจริงๆ จนทีต่อเดินถือโทรโข่งมากระแทกใส่หน้าอกอะ “ใช้นี้” ละก็แบบว่าตะหวาดต่อหน้าคนทั้งกองถ่ายอะ จาได้เลยวันนั้นน้ำตาไหลอะ

ยัง : เหมือนหน้ามันซาอะ แล้วเราก็รู้สึกเหมือนว่าเราไม่เกรงกลัวอะไรอีกต่อไปแล้ว หลังจากนั้นเราก็เลยแบบทะเล่กำแพงอะไรบางอย่าง เราก็เลยแบบว่ามั่นใจในตัวเองมากขึ้น กล้าสั่งงานคนมากขึ้น ละมันเลยทำให้มีความรู้สึกว่ เออ มันก็ไม่ได้มีอะไรยากนิ มันก็ไม่มีอะไรน่ากลัวนิ กับการทีเราตะโกนหรือพูดสั่งใครผ่านวอล์ค คือการเรียนรู้ละเติบโตทีฟิโน มันเป็นการเรียนรู้แบบถูกคุด่าทั้งนั้นเลยนะ คืออย่างเช่นว่มีวันหนึ่งทำงานกับพี่ต่ออยู่ละพี่ต่อเดินมาละมันมีเสาอยู่ตัวหนึ่งทีมันจะต้อง block up ขึ้นมา คือมันเป็นโฆษณาโปรดัคหนึ่งทีเป็นยาสีฟัน ทีตัวละคร ตัวนักแสดงต้องเดินชนเสาอะ วันหนึ่งก็เดินมากับพี่ต่อ พี่ต่อก็เดินมาถามว่ “ยัง ไอเสานี้ เส้นรอบวงเท่าไรวะ” เค้าไม่ได้กวนตีนนะ เค้าอยากรู้จริงๆ คือไม่ ไม่ได้จะมาทดสอบอะไรเราด้วยนะ “เส้นรอบวงเท่าไรวะ” “ไม่รู้ครับ” ละตอนนั้นก็นึกในใจว่ กูต้องรู้ด้วยหรือ ละพี่ต่อบอกว่ “มึงไม่รู้ได้ไง” และเค้าก็เดินโกรธหัวฟัดหัวเหวียงไปเลยอะ แต่ว่่าเพือญ่ความคิดเรามันดันไม่ปิดอะเรารู้สึกว่ อ้อ แปลว่ว่ทีเค้าโกรธเนี่ย เราคงต้องรู้มั้ง มันก็เลยเป็นเรื่องว่ พอพี่ต่อบอกว่ต้องรู้ เราเลยต้องไปรู้ทุกอย่าง ทุกทีเทลเราจะจด ทุกทีเทลเราต้องรู้ ทีมอาร์ตทาอะไรเราต้องเข้าไปรู้ ทีมแคสตั้งทำอะไรเราไปรู้ กูต้องรู้ดี เราคิดแบบเนี่ย เพราะว่วันหนึ่งพี่ต่อถามเราต้องตอบให้ได้ แล้วมันกลายเป็นว่เราเป็นผู้ช่วยผู้กำกับ ทีจริงๆ เราอายุน้อยมากๆ ในกองเลยนะ แต่กลายเป็นว่คนทำงานทีโตกว่าเราหลายๆ คนอะ ต้องฟังเรา เพราะว่เรารู้ทุกอย่างจริงๆ

เปอร์ : เรารู้ทุกเรื่อง

ยัง : ทีนี้มันมีอยู่วันหนึ่ง ตอนทำฟิโนมาจะสองปีละ มันเป็นช่วงจุดอิมตัว จังหวะนั้นมันเป็นจังหวะทีฟิโนมีนโยบายออกมาว่ ผู้ช่วยผู้กำกับคนไหนทีอยากเป็นผู้กำกับ ให้ลองทำหนังสือสั้นมาให้เค้าดู ละเค้าก็จะประเมินว่คนนี้จะเป็นผู้กำกับได้ไหม แล้วก็โปรโมทให้เป็นผู้กำกับโฆษณาบริษัทเค้า

ยัง : เรื่องหนึ่งคือ ด.เด็ก ช.ช่างของพี่ คือหนังสือสั้นเรื่องแรกและเป็นเรื่องแรกทีเรากำกับ แล้วจริงๆ ก็คือทุกเรื่อง ผู้บริหารแฮปปี้หมดแต่ว่่าจังหวะนั้นเป็นจังหวะชีวิตทีฟิปีง พี่ปีงคือผู้กำกับรถไฟฟ้ามหานคร เออเรื่องสั้นเรื่องหนึ่งของพี่บอลทีเขียนลงในเว็บของนิตะจุฬาคือชื่อเรื่องว่่า “อยากบอกเธอรักครั้งแรก” ว่่าตัวเองอะอยากเอาเรื่องสั้นเรื่องเนี่ย มาทำเป็นหนังสือสั้นเพื่อทีจะทำเป็น Portfolio ของตัวเองอะ ไปเดินสมัครงาน ละพอเดินเอาเรื่องสั้นเรื่องเนี่ยของพี่บอลอะ ไปปรึกษาพี่แก้ง พี่แก้งบอก “เห้ย เรื่องมันดีมากเลยทำไมคุณไม่เอามาทำเป็นหนังสือ” พี่แก้งเลยเสนอว่่า “เนี่ย ผมชอบมากเลยตอนทีผมสอนคุณ ปีสี่ทีคณะนิเทศศาสตร์อะ ทีพวกคุณทำหนังสือกันและพวกคุณมาช่วยกันทำ” แล้วมันก็เลยเป็นที่มาของ แฟนฉัน

Vo : แล้วนั่นก็คือจุดเปลี่ยนที่สำคัญของพี่ยังละครับ กับการตัดสินใจทิ้งอนาคตที่อยากจะได้เป็นผู้กำกับโฆษณา เพื่อไปได้เป็นผู้กำกับหนังร่วมกับเพื่อนๆอีก 5 คน ที่เรียนนิเทศศาสตร์จุฬามาด้วยกันครับ และแฟนฉันก็กลายเป็นภาพยนตร์ที่สามารถสร้างรายได้เป็นปรากฏการณ์ในสมัยนั้นคือมากกว่าร้อยล้านบาทละครับ แถมยังได้รับรางวัลการ์ตูนตีมาอีกเยอะแยะมากมาย ที่สำคัญยังได้แจ้งเกิดผู้กำกับหน้าใหม่ ให้กับวงการภาพยนตร์ไทย อีก 6 คนด้วยกันครับ

เบรก 2

Vo. หลังจากที่คุณยัง ทรงยศ สุมากอนันต์ ได้กำกับภาพยนตร์แฟนฉันแล้ว ก็ต่อเนื่องทำให้มีโอกาสได้กำกับ ภาพยนตร์ไทยอีกหลายเรื่องครับ ไม่ว่าจะเป็น เด็กหอ ปิดเทอมใหญ่หัวใจว่าวุ่น 5 แพร่ง Top secret วัยรุ่นน พันล้าน จนกระทั่งเรามีโอกาสได้เห็นเขาในอีกบทบาทหนึ่งก็คือ การเป็นผู้บริการ บริษัท นาดาวบางกอก

เปอร์ : อะไรเป็นสาเหตุให้วันหนึ่งอยู่ดีๆจากผู้กำกับมาเปิดบริษัทดูแลศิลปินครับ

ยัง : คือมันอย่างนี้ครับ การที่มันต้องมีนาดาว มันเป็นเพราะว่า GTH เป็นสตูดิโอผลิตหนังไทยใช้ไหมครับ พอหนังมันเริ่มเยอะขึ้น น้องนักแสดงใหม่ๆมันก็เริ่มเยอะขึ้น พอถึงวันหนึ่งพี่จินาเริ่มรู้สึกว่ามันเริ่มใหญ่โตขึ้นเรื่อยๆ เขาเลยรู้สึกจริงๆมันต้องมีอีกบริษัทหนึ่ง หรืออีกพาร์ทหนึ่งที่ยกออกไปเป็นบริษัทดูแลพัฒนา ศิลปิน คือพี่จินาก็มองหาจากคนใกล้ตัวว่าใครทำสิ่งนี้ได้เขาก็เห็นว่าน้องๆนักแสดง GTH หลายคนจะสนิทกับผู้กำกับไม่ใช่แค่พี่นะ ก็สนิทกับผู้กำกับทุกคนแหละ พี่จินาก็เลยกระซิบบว่าพี่ยังสนใจทำบริษัทดูแลและพัฒนาศิลปินไหม จำได้ว่าพี่จินาชวนครั้งแรกบอก ไม่ครับ คือตอนนั้นรู้สึกที่เราไม่ได้อยากทำอาชีพนี้จริงๆ และก็หายไปประมาณเกือบๆ 1 ปี พี่จินาก็เริ่มไม่ไหวแล้วจริงๆก็เดินมา พี่ยัง เรื่องเดิมที่เคยถามเมื่อคราวที่แล้วว่าสนใจแล้วหรือยัง เริ่มเห็นภาพแล้วหรือยัง ไม่ได้อยากทำนะ แต่อยากช่วยพี่จินา ถ้าพี่คิดว่าผมทำได้ก็ลองดูก็ได้ครับ แต่ผมขอรว่านาดาวให้มีพาร์ทโปรดักชั่นด้วย เพราะผมยังต้องทำโปรดักชั่นอยู่

ยัง : ที่นี้ตอนนั้นพี่ก็ไม่ว่าต้องทำยังไง ทำอะไร ก็แค่ดูแล

เปอร์ : คนเยอะแยะไปหมดเลย

ยัง : ใช่ จริงๆหลักๆก็แค่ดูแลน้องให้มันไปออกงานอยู่ดีกินดีอะไรก็ตาม แต่ว่านาดาวต้องอยู่รอด ก็เลยรับจ้างผลิตนู่นผลิตนี่ ทำบันทึกกรรมให้ช่อง 3 บ้าง ทำ Coffee Prince นั่นคือซีรีส์เรื่องแรกที่พี่ได้ลองเรียนรู้ซีรีส์ให้กับทาง True พอพี่ทำ Coffee Prince ให้กับ True มันก็ไปเข้าหูพี่ๆ พงษ์ลย์ ดารงชัยธรรม พี่บูลก็เลยบอกว่า ทำไมยังไปทำซีรีส์ให้กับช่องอื่น ทำไมไม่ทำให้กับเราบ้าง อะไรอย่างนี้ ก็เลยกลายเป็นว่าพี่ก็เลยต้องกลับมาคิดตั้งต้นว่าพี่ต้องทำซีรีส์อะไรให้กับทางช่อง ONE ที่ต้องนั้นเพิ่งเปิด เราเคยถามพี่ๆที่ GTH ทำไมพี่เข็นต้น้องๆนักแสดงหลายคนที่เคยเล่นหนังกับ GTH มาไว้ในสังกัดแล้วพี่ไม่มีงานให้เขา เคยถาม แล้วเขาก็ว่า ยังมันยากนะ คือ GTH เป็นสตูดิโอทำหนังวันหนึ่งเราก็กเริ่มต้นทำงานจากเรื่องที่เราอยากเล่า ตัวละครที่มันควรจะเป็นในเรื่องๆนั้น แล้ววันหนึ่งพอมันสำเร็จเสร็จสิ้นเป็นบทบาทภาพยนตร์ออกมาบูบ น้องที่เรามีอยู่มันไม่เหมาะ มันมีคนที่เหมาะสมกว่า เราก็กควรเอาคนที่เหมาะสมกว่าเพื่อทำให้หนังเรื่องนั้นมันดีที่สุดในใจ พี่ยัง เขาก็เข้าใจเขาเพราะเราก็เป็นผู้กำกับ จนกระทั่งวันหนึ่งมาทำออร์โมน เปลี่ยนใหม่ เปลี่ยนวิถีคิด เราเริ่มต้นจากนักแสดง สร้างนักแสดงใหม่ที่ไม่ได้เริ่มต้นจากหนัง GTH เริ่มต้นจากการที่เรามองหา แล้ววันหนึ่งเขาไปได้

เล่นหนัง GTH เราก็เลยเรียกน้องนักแสดงทุกคนมานั่งคุย นั่งพูดคุยแล้วหาจุดเด่น จุดแข็งแรงของคาแรคเตอร์ของเขาออกมาทำตัวละคร จนมันเติบโตกลายเป็นฮอว์ก 1 และเด็กเหล่านี้เข้ามาเล่นในคาแรคเตอร์ที่พัฒนาจากมัน มันก็เลยกลายเป็นว่า พอน้องได้มาอยู่บนบทที่มันเหมาะสมกับตัวเขาเอง มันก็เลยส่งเสริมนักแสดงคนนั้น ตอนเราเป็นคนทำหนัง เราก็คิดว่า หนังที่ดีมันต้องเริ่มจากเรื่องที่ดีสิ เราอย่าเพิ่งไปคิดว่าเราจะเขียนบทให้นักแสดงคนไหน แต่พอวันหนึ่งพอเราทำฮอว์ก 1 เสร็จปั๊บแล้วเรารู้สึกว่า เออจริงๆมันเกิดขึ้นจากอะไรก็ได้ จุดเริ่มต้นมันคืออะไรก็ได้เลย เพราะจริงๆถ้าระหว่างทางเราใส่ดีเทลแล้วเราตั้งใจทำมันให้ดีมันจะเป็นงานที่ดีได้อยู่ดี

เปอร์ : จึงเป็นที่มาของโมเดลของการทำบริษัทดูแลศิลปินที่มีการ Recruit คน แล้วก็มี Production House อยู่ในตัวเอง และ Production House ในที่นี้ ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและผลักดันให้...

ย้ง : พัฒนาน้อง

เปอร์ : ศิลปินแต่ละคนนั้น เป็นที่ยอมรับหรือเป็นที่จดจำ คือในเมื่อมันไม่มีคนจ้างศิลปินใหม่เรา ไม่เป็นไร เราจะปั้นพวกเขาขึ้นมาในหนังของเราหรือซีรีส์ของเราเองนั่นคือวิธิตดของพี่

ย้ง : ใช่

ย้ง(คลิป) : สมมุติว่าดิวงระชากรมากปั๊บ ตบผัดอย่างเมื่อกี้ดี ปั่นปั่นหลบบั้ง ไม่เข้าไปจับ ปั่นปั่นโหด กลับมาเลยพอจ้องมาปั๊บ จ้องกลับอย่างนี้เลย

ย้ง(คลิป) : พูดยังไงก็ได้ ให้มันพูดความรู้สึกใช้ตาพูด ต้องการแค่ความรู้สึกจริงๆ

ย้ง(คลิป) : มองขวาเจอปั๊บ หยุตน์อึ้งเลย แพทๆ ต้องแบบหน้า...เจ๊อนแบบสุดขีดแล้วอะตอนลุกขึ้น

ย้ง : ตอนเริ่มต้นทำฮอว์ก 1 กับตอนทำฮอว์ก 2 เสร็จความคิดตัวเองเปลี่ยนไปเยอะมาก คือตอนนั้นเรารู้สึกว่า สังคมไทย เป็นสังคมแบบ Conservatives คือรู้เลยในใจว่า กูทำฮอว์ก 1 เสร็จกูโดนตำหนอน หมายถึงว่า ผู้ใหญ่ต้อง Anti เรื่องนี้แน่นอนจริงๆตอนนั้นที่คิดว่าจะทำฮอว์ก 2 อะ ไม่ได้คิดว่าจะสื่อสารกับเด็กวัยรุ่นด้วยนะ จะสื่อสารกับผู้ใหญ่ในสังคมนี้แหละว่า อยากให้ผู้ใหญ่รู้ว่าวัยรุ่นทุกวันนี้มันแบบนี้จะเข้าใจเขา

เปอร์ : มันเป็นอย่างไบบ้างครับ มันเป็นอย่างไรรุ่นยุคนั้นหรือวัยรุ่นยุคนี้ หรือมันต่างกับยุคที่ยั้ง

ย้ง : เองง่ายๆพี่เปอร์ ง่ายๆเลย สมมุติว่าสมัยพวกเราเด็กๆอะ เด็กผู้ชายใช้เครื่องสำอางดูแล ใช้ครีมบำรุงผิวอย่างนี้ นึกออกเปล่า หรือทาลิปมันอย่างนี้ มันถูก Judge แล้วว่าเด็กคนนี้ต้องมีอะไร

เปอร์ : ชอบความสวยความงามแน่ๆ

ย้ง : ไม่ปกติในเรื่องแบบ...แน่ๆเลยอะโรอย่างนี้ เองง่ายๆอย่างเจมส์ ทำไมมันชอบแต่งหน้าแต่งตัวจิ้งจอก นึกออกเปล่า คือ สิ่งเหล่านี้มันเซอร์ไพรส์คนยุคเรา และเราก็รู้สึกว่าจะพอเวลามีคนมาถามเราว่า เจมส์มัน เป็นหรือเปล่าๆ เราก็พูดว่าเจมส์ไม่ได้เป็นๆ แต่ว่า...แล้วพยายามอธิบายให้ทุกคนฟัง แล้วก็รู้สึกว่านี่เด็กทุกวันนี้มัน Beyond สิ่ง...นี่หมายถึงตั้งแต่เมื่อ 4-5 ปีที่แล้วเลยนะ เด็กทุกวันนี้มันก้าวข้ามขอบเขต มันไม่มีเส้นแบ่งอีกต่อไปแล้วอะ นี่คือเสน่ห์ของเด็กยุคนี้ เรารู้สึกว่า ถ้าผู้ใหญ่จะเข้าใจ และช่วยแก้ปัญหาวัยรุ่นได้ เขาต้องเข้าใจวัยรุ่นยุคนี้ก่อน อย่าเอาความเป็นวัยรุ่นในยุคของตัวเอง มาบอกว่าเด็กยุคนี้เป็นเหมือนเขา มันก็เลยเป็นจุดเริ่มต้นที่เราอยากทำฮอว์ก 1 พอเราทำฮอว์ก 1 เรารู้ว่ามันต้องไปช่อง ONE ที่ตอนนั้น

มันยังไม่ใช่ Digital TV เราก็แค่ถามตัวเองว่า ทำไมคนจะต้องมาดูซีรีส์เรื่องนี้ใน Platform นี้วะ เขาสามารถดูคอนเทนต์สนุกๆใน Free TV ได้เต็มไปหมด เอ้อ ทำไมๆๆ อ้อ แปลกว่ามันต้องเป็นคอนเทนต์ที่ไม่มีใน Free TV มั้ง ถ้ามันจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับวัยรุ่นก็แปลว่ามันต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับวัยรุ่นแบบที่ไม่มีใน Free TV

เปอร์ : มันต้องเป็นอย่างไรครับ

ยัง : คือละครช่วงนั้นมันยังเป็น Fiction กันอยู่เยอะ มันยังเป็นเรื่องแต่งกันเยอะ เป็นสิ่งที่ผู้ใหญ่คิดว่าเด็กวัยรุ่นเป็นแบบนี้ แต่ว่าเรากำลังจะทำเรื่องวัยรุ่นที่มันเป็นเรื่องจริงอยู่ ที่เราคิดว่ามันจะไม่เหมือนใน Free TV ที่มีอยู่ตอนนี้ และเราก็จะเล่ามันตรงๆจริงๆ พอเราคิดว่าจะทำให้มันจริง ตัวละครบางตัวมันเลยมีการสูบบุหรี่ก็เด็กวัยรุ่นทุกวันนี้มันสูบบุหรี่เต็มไปหมด ทำไมเราไม่เอาเด็กวัยรุ่นจริงๆที่มันทำอะไรจริงๆของมันอะ มาให้คนดูทุกคน เข้าใจ

เปอร์ : เห็น

ยัง : เอ้อ ตอนนั้นคือคิดแบบนั้น เราก็เลยทำฮอว์กโมนที่มันคงมีหน้าตาเป็นซีรีส์วัยรุ่นที่...

เปอร์ : แรง

ยัง : คนไม่เคยเห็นแหละ

ยัง : จริงๆ ฮอว์กโมน 1 นี้เปิดโลกกระต๊อพี เอาจริงๆนะ หมายถึงว่าจากที่เมื่อกี้บอกไว้ตอนแรกอะ เรา Judge ผู้ใหญ่ในสังคมไทยว่า เป็นผู้ใหญ่ Conservatives และปิด แต่กลายเป็นว่าพอฮอว์กโมน 1 ออกฉายอะ มีครูมีนักวิชาการ มีผู้ใหญ่หลายๆท่าน

เปอร์ : ได้ดู

ยัง : เข้าใจซีรีส์เราวะ มันก็เลยทำให้รู้ว่า เฮ้ย ที่เราไป Judge เขาจริงๆแล้วผู้ใหญ่ในสังคมเราทุกวันนี้จริงๆเปิดกว้างมากนะ อันนี้คือสิ่งที่พีได้เรียนรู้ เอาจริงๆตอนทำฮอว์กโมน ซีซั่น 1 เสร็จปั๊บ ยังไม่ออกฉายอะ ตอนนั้นถ้าพูดตามตรงนะกำลังจะปิดบริษัทนาดาวแล้ว

เปอร์ : อ้อเหอ

ยัง : ใช่ เพราะว่าทำฮอว์กโมนและขาดทุนอะ พอฮอว์กโมนฉายปั๊บกระแสมันแบบกลับมาท่วมท้นมากและมันกลายเป็นว่า มีกระแสเรียกร้องให้มีฮอว์กโมน ซีซั่น 2 และนาดาวยังต้องอยู่ต่อไป พอฮอว์กโมน ซีซั่น 1 ประสบความสำเร็จมันดันกลายเป็นว่า พอเราเปิดว่าเราจะทำฮอว์กโมน ซีซั่น 2 สปอนเซอร์มันเต็มเลย นี่มันเลยทำให้เรามีรายได้กลับเข้ามาแล้ว พรึ่เซ็นเตอร์น้องมาอีกมหาศาล

Vo. หลังจากที่ฮอว์กโมนได้ออกอากาศไปนั้นก็เกิดเป็นกระแส Talk of the town เลยทีเดียวครับ ด้วยเนื้อหาที่ตรงจริง และค่อนข้างจะแรงครับ ทำให้แฉ่กิดนักแสดงวัยรุ่นมามากมายและก็ทำให้เกิด ฮอว์กโมนวิว้าวุ่น ต่ออีก 2 ซีซั่นด้วยกัน มาดูกันครับว่าคุณยัง ทรงยศ นั้นมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้ซีรีส์เรื่องนี้ประสบความสำเร็จกันได้ เรามาติดตามกันต่อในช่วงหน้าครับ

เบรก 3

Vo.เปอร์ : ในซีรี่ย์ฮอโรโมนั้น มีการสร้างคาแรคเตอร์ของตัวละครขึ้นมาจากนักแสดงครับ จึงทำให้ซีรี่ย์เรื่องนี้มีตัวละครที่มีสไตล์แตกต่างกันและที่สำคัญก็ค่อนข้างจะเข้ากับตัวนักแสดงได้เป็นอย่างดี และเพื่อให้ฮอโรโมนซีรี่ย์นั้น เป็นที่สะท้อนชีวิตวัยรุ่นในยุคนี้จริงๆ คุณยังจึงลงไปศึกษาหาข้อมูลวัยรุ่นในสังคมครับ เพื่อที่จะมาถ่ายทอดให้ได้ซึ้งกัน

ยัง : ตอนเราเขียนตัวละครแบบสไปรท์เนีย โท แบบหาเหตุผลให้ตัวเองตลอดเวลาว่าทำไมไม่ต้องเล่าตัวละครตัวนี้วะ เด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่เขามีเซ็กกับใครก็ได้ เซ็กเป็นเรื่องอิสระสำหรับเขา หาเหตุผลไม่เจออะ ตอนเขียนบทย่อ นั่งถกกันอยู่นานมาก จนกระทั่งวันนึงได้สัมภาษณ์น้องคนนึง เขาก็บอกว่าตอนวัยรุ่นเขาก็มีแบบนี้ พี่ถามว่าเออ ไม่กลัวคนอื่นเขาจะตัดสินเราหรือว่าเราเป็นผู้หญิงไม่ดี น้องก็บอกว่า ไม่อะพี่ หนูแค่รู้สึกว่าการมีเซ็กมันมีความสุข หนูมีความสุข ผู้ชายมีความสุข แล้วก็พอเรามีความสุขแล้วมันเสียหายยังไง ทีนี้พี่ก็ถามว่าแล้วจะไม่ยอมมีเซ็กถ้ามีเหตุผลอะไรบ้าง ก็อาจจะง่ายๆเช่น ผู้ชายคนนี้ดูไม่ดีหรือไม่ป้องกันตัวเอง พี่ก็รู้สึกว่ เริ่มได้ความคิดว่าหรือคาแรคเตอร์ตัวละครสไปรท์เรา เด็กผู้หญิงคนนี่ของเราอะมันก็คิดแบบนี้แหละ มันรู้สึกว่ ก็เซ็กมันเป็นเรื่องของเรา เราทำแล้วเรามีความสุขกับมันเราก้ทำมัน แต่ว่าเมื่อไหร่ที่แบบ สมมุติว่ามีเซ็กไม่ใช่ดูยง ไม่เกิดการป้องกัน เราจะกังวลว่เราจะตั้งท้องไหม เราจะเริ่มไม่มีความสุขแล้ว เออ อันนี้น่าพูด นึกออกปะ เพราะจริงๆแล้วการที่เราจะมานั่งบอกเด็กๆทุกวันนี้ว่ อย่าไปมีเซ็กเลย ระวังท้องตอนเรียนนะ นี่ไม่ใช่วัยที่เหมาะสมมันพูดยาก วันนึงตอนทำฮอโรโมนซีซั่นสอง ได้มีโอกาสคุยกับ สสส.เขาบอกว่า สสส.กำลังพยายามทำแคมเปญรณรงค์อะไรกับเด็กวัยรุ่นตั้งมากมาย มันไม่เคยประสบความสำเร็จเลย พอฮอโรโมนออกมาพูดปุ๊ปเหมือนวัยรุ่นฟัง เขาเลยเข้ามาหาเราว่ เวลาเราพูดอะไรอะ เด็กมันฟังเราอยู่นะจริงๆหลายอย่างในฮอโรโมนอะ เขา Applimate เราว่เราพูดสิ่งที่มันจะพาทิศทางไปให้เด็กมันเข้าใจชีวิตแล้วเลือกทำในสิ่งที่ดีกับชีวิตตัวเอง แต่มีอันนึงที่เขาเอ๊ะขึ้นมาแทนเรา เขาบอกว่า อย่างการสูบบุหรี่อะ เขาบอกว่ามันมีการทำวิจัยหรือรีเสิร์ชอะไรบางอย่างเกี่ยวกับเรื่องว่ตัวละครในฮอโรโมนสูบบุหรี่แล้วมันมีผลกระทบอะไรกับเด็กบ้าง คือมันมีผลในแง่การทำให้เด็กกลุ่มนึง ที่มองไม่ป็นตัวละครที่เขาชื่นชอบ

เปอร์ : เท่ ใม่เท่

ยัง : เท่ แล้วเอาไปสูบบุหรี่จริง มากน้อยแค่ไหนเราไม่รู้ ตอนที่เราฟังสิ่งนี้ครั้งแรกอะ เราก้มีทัศนคติปิดนะแล้วแอนตี้ว่ เท่ เด็กมันไม่เรียนรู้อะ มันไม่ทำความเข้าใจเอง มันป็นความผิดของสื่อหรือ พอไปนั่งตั้งสติ ตกผลึก คือจริงๆตัวเองป็นคนไม่สูบบุหรี่แต่ว่ที่ในฮอโรโมนมันต้องเล่าตัวละครสูบบุหรี่เพราะเรารู้สึกว่เราอยาก Represent เด็กวัยรุ่นในทุกวันนี้ นึกออกใช้ไหม เราอยากทำความเข้าใจ แต่พอคนดูมันอินมากๆ กลายป็นว่เด็กวัยรุ่นผู้ชายหลายคนมองไม่ป็นไอดอล มองไม่ป็นตัวละครที่เขาชื่นชอบ แล้วเขาไปสูบบุหรี่ตามไม่ พอคิดได้มันมีจังหวะนึงแบบรู้สึกผิดนะ จำได้เลยว่วันนึงคิดสิ่งทำนี้ได้แล้วน้ำตาารันอะ เพราะมันป็นสิ่งที่เราไม่ได้อยากให้มันเกิด นึกออกใช้ไหมครับ คือเราทำฮอโรโมนเพราะว่เรามีเจตนาที่ดีกับเด็กวัยรุ่นแล้วก้อยากให้ผู้ใหญ่เข้าใจเด็กวัยรุ่น พอมันเกิดผลลัพธ์แบบนี้ ซึ่งเราคิดว่มันจริงด้วย ตอนนั้นเสียมาก คือฮอโรโมนซีซั่นหนึ่งอะมันป็นตัวละครสูบบุหรี่ใช้ไหม แต่เราไม่พูดถึงมัน เราไม่พูดถึงมันอะไรเลย พอ

- ไม่พูดถึงมันก็แปลว่ามันเป็นตัวอย่างนะซี ทีนี้พอเรารู้สึกว่า เราทำมันด้วยเจตนาบริสุทธิ์มาก พอมันได้ผลลัพธ์ที่มันเกิดผลเสีย เราเลยรู้สึกสะเทือนใจมากในวันนั้น ก็เลยเดินไปบอกพี่ปิงว่า พี่ปิงต้องช่วยหน่อยละ ช่วยเล่าเรื่องบุหรีให้เป็นประเด็น มันก็เลยเกิดประเด็นเรื่องหมอก ที่พ่อเสียชีวิตจากการเป็นมะเร็ง แล้วก็ทำให้ลูกเล็กสูบบุหรี แล้วหลังจากนั้น ซีรี่ย์ที่ทุกเรื่องไม่มีบุหรีอยู่ในฉากอีกเลย
- เปอร์** : คืออันนี้มันคือประสบการณ์สอนเรว่าอะเรื่องเล็กๆน้อยๆบางครั้งถ้าในฐานะของการเป็นสื่อเนี่ยก็ไม่สามารถปล่อยปะละเลยได้
- ยัง** : ใช่ เราเป็นคนทำสื่อ เราก็คงทำได้ดีที่สุดเท่าที่คนทำสื่อจะทำได้ พ่อแม่แต่ละคนเลี้ยงลูกของตัวเองก็สอนอบรมลูกตัวเองได้ดีที่สุด ให้สิ่งที่ดีที่สุดกับลูกตัวเองเท่าที่เขายะทำได้ ชีวิตของเขาอะเขาต้องรับผิดชอบเข้าใจแหละว่าความเป็นตัวเขาเองมันจะถูกหล่อหลอมด้วยสังคมไม่ว่าจะพ่อแม่ เพื่อนครอบครัวก็ตาม
- เปอร์** : หรือแม้กระทั่งสื่อ
- ยัง** : ใช่ หรือแม้กระทั่งสื่อ มันหล่อหลอมและขึ้นาอะไรต่างๆให้กับเขา แต่ว่าถ้าเขาคิดแบบนั้นถือว่าเขาทำอะไรผิดพลาดแล้วเขาโทษสิ่งแวดล้อมหมด
- เปอร์** : เพราะสื่อ เพราะสังคมที่ฉันทอยู่มันไม่ดี มันขึ้นาฉันท
- ยัง** : ชีวิตเขาก็จะพังไปเรื่อยๆแหละ เพราะเขาไม่รับผิดชอบชีวิตตัวเอง
- ปอร์** : พี่กำลังจะบอกว่า ผิดชอบชั่วดีในการที่จะเลือกเสพสื่อมันคือหน้าที่ของผู้เสพสื่อด้วยว่าจะปล่อยให้มันเข้ามาบิบบบาทในชีวิตของเรามากน้อยเพียงไหน เมื่อก่อนเนี่ย คนทำหนังทำละคร เขาอยากจะทำให้ละครดังเขาก็แค่จัดการแถลงข่าว
- ยัง** : อืม
- เปอร์** : ใช่ไหมครับ ให้นักข่าวมาทำข่าวเยอะๆ แต่โลกมันเปลี่ยนไปเมื่อ วันที่ทุกคนเข้ามาอยู่ในโลกโซเชียล พี่ใช้มันได้ดี พี่ทำอะไร
- ยัง** : ตอนฮอว์โมนหนึ่งเอาอย่างแรกก่อนเราตัด Trailer ออกมา พอเราปล่อยออกไป Trailer นี้แหละ ตัวแรก Feedback ที่มันกลับมา พี่อ่านหมด ไม่ว่าจะในยูทูป ในเฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะในทวิตเตอร์ เราอ่าน Feedback หมด พอ Feedback มันเป็นในทางไหนปึป เราเอาความรู้สึกของคนดูเหล่านั้นมาเรียนรู้ แล้วก็ปรับแก้ในชิ้นงานต่อไปของเรา ใฝ่กับสปไรท์เป็นตัวละครที่เสบซ่าแต่จริงใจคนมันก็เลยอินกับคุณี่มากพอมันอินมากปึป พอไปถึงอีพี 6 ตอนที่ตัดต่อ อีพี 6 จบเสร็จปึปแล้วมันจะมีตอนท้ายที่เป็นตัวอย่างตอนต่อไป พี่อยากเล่นกับคนดูอย่างนี้เลยว่ะ เห้ย เรามีพุดว่าไม่คิดเรื่องแม่มีพระทักว่ามันดวงไม่ค่อยดี ชะตากรรมในกำลังจะถึงชาติแล้วมันดันเดินๆแล้วมันกังวลสิ่งนี้แล้วมันมองเห็น ป้ายหลุมศพตัวเอง เราก็เลยเอาสิ่งนั้นอะ มาเล่นกับคนดูเลยว่า เหมือนไผ่
- เปอร์** : จะตาย
- ยัง** : ใช่
- เปอร์** : มันก็เลยเป็นกระแส คนยิ่งอยากดู
- ยัง** : ตอนจบอีพี 6 พอเห็นว่าคนเห็นหลุมศพไผ่ คนนี้แบบไอ้โห มันไวรัลมากมันรุนแรงมากเลยนะตอนนั้นอะ แต่สิ่งเหล่านี้ พี่จะไม่มีทางรู้เลยถ้าพี่ไม่อ่านทวิตเตอร์ ไม่ดูโซเชียล เวลาเราทำงานอะ เรา Adapt ตัวเอง เรา

Applied ตัวเองกับสถานการณ์ปัจจุบันกับคอนเทนต์ของเราตลอดเวลา Hate Love เนี่ย มันทำให้เรารู้ว่าจริงๆอะ ความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์เนี่ย สำคัญมากเลยอะ คือความที่คนอยากรู้เรื่องใครชานานะ เป็นกระแสที่มันรุนแรงมากอะ เราเอาสิ่งนั้นอะมาทำเลือกชั้นคนจาง คือเราเล่นกับความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ คือจริงๆอะเป็นคนสนุกกับการชอบดูคนชอบดูตัวละคร อยากรู้เรื่องนี้ แต่มันต้องมีสิ่งเร้าที่ทำให้คนดูสนุกด้วย ก็โอเค เอาเรื่องเหตุการณ์ฆาตกรรมเข้ามา ทำให้มันมีความโง่งมงายในละครของเรา

Vo.เปอร์ และด้วยความที่คุณยังนั่นเป็นคนใส่ใจทุกรายละเอียดที่ถูกฝึกฝนมาตั้งแต่สมัยเป็นผู้ช่วยผู้กำกับ โฆษณาจึงลงไปศึกษาในหลายต่อหลายเรื่องครับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พฤติกรรมของคุณผู้ชมในยุคนี้จึงทำให้ผลงานหลายต่อหลายเรื่องของคุณยังนั่น เกิดกลายเป็นกระแสให้คุณผู้ชมได้พูดถึงกันเกือบทุกเรื่องเลยล่ะครับ

เบรก 4

Vo. และก็อย่างที่ทราบกันดีนะครับว่าในช่วงตอนที่ซีรีส์เรื่องเลือดข้นคนจางออกอากาศไปนั้น สามารถสร้างกระแสให้คุณผู้ชมทางโซเชียลมีเดียได้อย่างถล่มทลายครับกับ แชนแนลที่ใครฆ่าประเสริฐแต่ในส่วนของเรื่องเรตติ้งกลับตรงกันข้ามครับอะไรถึงทำให้กลายเป็นสาเหตุแบบนั้นเรากลับมาถามคุณยังนั่นต่อเลยครับ

ยัง : เรตติ้งจริงๆมันก็ดีที่สุดในบรรดาเรตติ้งซีรีส์นาดาวที่เคยฉายมาในช่องแต่ว่ามันก็เป็นอันดับบ๊วยของละครช่อง One ในปีที่ผ่านมา

เปอร์ : ทำไม

ยัง : ถ้าให้วิเคราะห์จริงๆเลยนะ พูดตรงๆเลยนะ ก็คือว่าเลือดข้นเป็นละครที่เรียกร้องความ Concentrate จากคนดูทีวีโดยปกติมากเกินไปหน่อย คือปกติเวลาเราเปิดละครดูอะ เราดูพร้อมทาทะไรไปเรื่อยเปื่อยและเรากลับมาที่หน้าจอ

เปอร์ : เรื่อยๆ

ยัง : เราต้องตามเรื่องได้ต่อ นี่คือปกติของละคร ซึ่งมันก็ควรจะต้องเป็นแบบนั้น นึกออกปะ แต่พอเลือดข้นมันเรียกร้องความต้องมีสมาธิจดจ่อกับมัน

เปอร์ : ถ้าไม่ดู ดูไม่รู้เรื่อง

ยัง : บนจอทีวีอารมณ์แบบเหมือนซีรีส์ฝรั่งซีรีส์ Netflix ที่ต้องแบบ Concentrate กับมันอะ ห้ามหยิบโทรศัพท์ ห้ามไปซังกาแฟ ห้ามไปเปิดประตูบ้านอะไรแบบนี้ นึกออกปะ ความสนุกในการดูอะ มันไม่สนุกเท่ากับละครปกติแค่จังหวะเบรกโฆษณา แล้วเบรกโฆษณายาวนานมาก เราหลุดแล้วอะ เราหงุดหงิดที่เราไม่ได้ดูมันต่อเนื่อง เราหงุดหงิดเวลาที่มันมีจังหวะเบรก ซึ่งเราก็กเลยเข้าใจว่า อ้อเข้าใจและว่าทำไมคนดูหลายๆคนถึงหนีไปดูซีรีส์เพราะมันได้ดูต่อเนื่อง

เปอร์ : อ้อ มันถึงให้ไปโตในโลกลงออนไลน์เพราะด้วยเหตุนี้เอง

ยัง : เพราะวิธีการทำ Content ของแบบของเรา

เปอร์ : ไหนๆก็ไหนๆ แหะละ ผมขอเรียนรู้วิธีการทำงานของพี่หน่อย

ยัง : ครับ

เปอร์ : ว่าแผนการ Promote หรือว่าวิธีการจะทำ Content ชักเรื่องหนึ่ง พี่ทำอะไร ตอนนี้มี Content อะไรบ้าง ที่นาดาวกำลังรับผิดชอบดูแลอยู่

ยัง : ตอนที่ปิดกล้องไปแล้วคือเรื่อง Great Men Academy ครับ ตอนนี้อย่าทำเสร็จหมดแล้วเดี๋ยวที่จะต้องลงไปประชุม Promote วางแผนในการ Promote ซีรีส์เรื่องนี้

Vo. และแล้วตอนนี้ขอบคุณผู้ชมก็จะได้อยู่ในบรรยากาศที่คุณยังกับทีมงานทำการประชุมสำหรับการแถลงข่าวเปิดตัวซีรีส์เรื่องใหม่กับ Great Men Academy กันนะครับ มาดูกันครับว่าวิธีการที่ทำให้ซีรีส์แต่ละเรื่องนั้นได้รับผลตอบรับที่ดีเขามีวิธีการวางแผนอย่างไรกันบ้างครับ

ยัง : เราจะทำ Photo book Photo book หรืออเดอร์ดิวกันวันแรกวันนั้น มันจะกลายเป็น Event ที่แฟนคลับได้ไปทาบอะไรหลายๆอย่างในวันนั้นได้ เขาก็อาจจะมากกว่าวันนี้เขาต้องมา

ยัง : วรรณกับแวจะให้ทุกคนช่วยดูรูปพวกนี้คือให้แนะนำว่ารูปไหนคือรูป Promote หลักใช้ใหม่ 10-15 รูป ปกติตอนเราทำซีรีส์ปุ๊ปจะมีรูปโปรโมทอยู่ 2 อันก็คือรูปหลัก 15 รูปที่เป็น Rep Present ซีรีส์เรื่องนี้หลักๆ มันจะเห็นดารา ตัวละคร ตัวละครหมายถึงว่าเห็นคาแรคเตอร์ เห็นว่านี่คือดาราชื่ออะไรและเขาอยู่ในคาแรคเตอร์ประมาณไหนและก็เห็น Mood & Tone ของซีรีส์ เช่น เสื้อผ้า บรรยากาศฉาก พอแล้ว จะยังไม่มีเหตุการณ์

ผู้ชาย 1 : ไม่มีเหตุอะไรใดๆ

ยัง : ใช่ จะยังไม่มีเหตุการณ์ รูป 15 รูปนี้จะปล่อยครั้งแรกในวันแถลงข่าว นักข่าวจะได้วันนั้น และก็จะได้เป็นไฟล์ไปด้วย

Vo. จะเห็นได้เลยนะครับว่าคุณยังนั้นละเอียดในการทำงานมากจริงๆ เริ่มประชุมตั้งแต่บ่ายโมง 3 ทุ่มฟังจะเสร็จหะครับ เรียกได้ว่าทุกอย่างต้องสมบูรณ์แบบจริงๆนะครับ

Vo. และนี่ก็เป็นวันแถลงข่าวเปิดตัวซีรีส์เรื่อง Great Men Academy หลังจากที่เราได้เห็นบรรยากาศในที่ประชุมกันมาแล้ว มาดูกันครับว่า พองานจริงๆแล้วกระแสดอรับจะเป็นอย่างไร ซึ่งต้องบอกเลยนะครับว่าแฟนคลับนักแสดงเรื่องนี้มากันอย่างล้นหลามเลยครับ ทำให้งานเปิดตัวเป็นไปได้ค่อนข้างสวยงามครับ ซึ่งในวันนี้ครับเรามีโอกาสที่จะได้เจอกับคนที่มีโอกาสร่วมงานกับคุณยังกัน มาดูกันว่าเหล่าบรรดานักแสดงนั้นเขาว่าพี่ยังเป็นคนอย่างไรกันบ้างครับ

ไมเคิล : ผมก็ว่าพี่ยังเป็นคนที่มีความเนียบอยู่ครับ ก็เขาทำทุกอย่างเพื่อให้ผลงานออกมาดีที่สุดครับ

ต้าเหิง : ตั้งแต่เคยเล่นมา พี่ยังเทคเยอะสุดแต่ว่าในแต่ละเทคมันจะมีความละเอียดที่...เหมือนแบบมันมีเหตุผลในการเทคว่าเราขาดสิ่งนี้ เราขาดอะไร เราต้องเพิ่มอะไร ซึ่งสุดท้ายแล้วอะมันดีกับตัวนักแสดงเองค่ะ

เกรียงไกร : ผมว่าจริงๆแล้วความสำเร็จอย่างหนึ่งของพี่ยังที่ผมมองจากข้างนอกเองนะ ผมรู้สึกว่าคุณหนึ่งคือพี่ยังเป็นคนใส่ใจรายละเอียดทุกอย่างจริงๆ คือเขาเป็นคนแบบมองอะไรแล้วจะไม่มองแค่ภาพรวม

กว้างๆอย่างเดียวด้วย เขาจะมองดีเทลของทุกอย่างเลย อย่าตัวอย่างการบริฟนักแสดงเราเองจะเรียนรู้จากเขาเยอะมาก เขาจะบริฟทุกสแต็ปของตัวแสดงอะ ว่าเวลาตัวละครจะเดินไปทางไหน จะไปทำอะไรอะ มันทำไปพร้อมๆความคิดอะไร แม้กระทั่งแค่จะเดินไปหยิบน้ำในตู้เย็นเขายังอธิบายอะไรอย่างนี้ ซึ่งเรารู้สึกว่าอันนี้เป็นเสน่ห์ที่ Unique ของพี่ยังมากกว่าเขาละเอียดกับทุกเม็ดจริงๆ และละเอียดในที่นี้ผมว่ามันละเอียดไปถึงในแง่คอนเทนต์ การคิดทุกอย่าง รวมกันหมดอะอย่างนี้ครับว่า เวลาเขาคิดคอนเทนต์อะไรเขาคิดถึงทุกคนที่ทำงานด้วยกันนะครับ หนึ่งในเขาคิดถึงคนทำงาน คิดถึงคนทำงานด้วยกันว่าคนทำงานด้วยกันจะอินไปกับโปรเจกต์นี้ได้อย่างไร ทำอย่างไรให้คนทำงาน Happy ด้วยกัน ฟังความคิดเห็นของทุกคนไม่ว่าคนๆนั้นจะเป็นคนรุ่นใหม่หรือคนรุ่นเก่าอะอย่างนี้ครับ ส่วนในพาร์ทของคนดู เรารู้สึกว่าพี่ยังเป็นคนทำงานที่ศึกษาคนดูตลอดเวลาเลยอะ เขาเป็นคนที่แอบอยู่ใน Twitter แอบอยู่ใน Instagram อะอย่างนี้ และก็แอบศึกษาว่าพฤติกรรมคนดูมันเป็นอย่างไร อะอย่างนี้ครับ และเขาเรียนรู้ตลอดเวลาว่าต่อให้เขาทำซีรีส์สำเร็จมากี่เรื่อง แต่คนดูมันเปลี่ยนตลอดเวลา และเขาต้อง Update ตัวเองตลอดเวลา เขาจะบอกเราแบบนี้ตลอดเวลาเลย นี่คือนี่ที่เราเรียนรู้จากเขาอะอย่างนี้ รวมถึงวิถีคิดเรื่องคอนเทนต์ เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม อันนี้เป็นพาร์ทที่เราเองเรียนรู้จากเขาเยอะมาก เขาคิดถึงว่าเวลาเราจะเล่าเรื่องอะไรออกไปสุดท้ายแล้วคนดูที่ได้รับ มีผลกระทบหมดนะ ไม่ว่าจะผลกระทบด้านบวกหรือด้านลบ

Vo. และแน่นอนนะครับ อย่างที่เราบอกคุณผู้ชมในช่วงต้นรายการว่าวันนี้เราต้องมาเรียนรู้วิธีการรู้เท่าทันสื่อ กัน สิ่งหนึ่งที่สำคัญสำหรับผู้จัดหรือผู้ผลิตทั้งหลายในการที่จะสามารถทำซีรีส์เรื่องหนึ่งออกมาได้ นอกจากจะเพื่อความบันเทิงสำหรับคุณผู้ชมแล้ว ก็จะต้องตอบโจทย์กับเหล่าบรรดาสปอนเซอร์ หรือโฆษณาทั้งหลายอีกด้วย และวิธีการที่จะแบ่งสัดส่วนกับเรื่องนี้ไม่ให้เกิดการโฆษณาแน่นมากเกินไปจนจนสามารถทำลายตัวเรื่องราวหลักของละครหรือสิ่งที่ต้องการจะนำเสนอไปได้นั้น คุณยังเขามีวิธีการจัดการกับเรื่องนี้อย่างไร ไปฟังกันครับ

ยัง : ในฐานะของคนทำคอนเทนต์ที่เราต้องฟัง ต้นทุนในการทำงานจริงๆเราจะมองลูกค้าหรือสปอนเซอร์เป็นเพื่อนร่วมทางกับเราอยู่แล้วครับ เพราะว่าเราดันอยากทำงานให้มันดี เราเลยต้องใช้เงินเยอะ พอเราต้องใช้เงินเยอะ เราเลยต้องหาเงินให้เก่ง มันเป็นผลตามๆกันมาใช้ไหม และพอมันมีลูกค้าใจดี สปอนเซอร์ใจดี อยากจะมาสนับสนุนให้เราทำซีรีส์ ทำละคร หรือทำหนังอะไรก็ตาม เราก็รู้สึกขอบคุณเขา พอเอามาเสร็จปั๊บสิ่งที่เราต้องรับผิดชอบต่ออย่างแรกเลยคือ เราทำชิ้น Tie-in อะ เราจะต้องทำชิ้น Tie-in ให้มัน...เขาเรียกว่าอะไร ให้มันดีในมุมมองของพี่หมายถึงว่ามันต้องเป็นชิ้นที่อยู่ในเรื่องแล้ว

เปอร์ : สมเหตุสมผล

ยัง : ถ้ามันไม่ใช่ชิ้น Tie-in มันก็เอาออกไม่ได้ เพราะมันสำคัญต่อการเล่าเรื่อง เพียงแต่ว่านอกจากเราต้องรับผิดชอบต่อคอนเทนต์เราแล้ว เราต้องรับผิดชอบต่อลูกค้าด้วย คือเขาให้เงินเรามาทำละครเรื่องนี้มันเหมือนเขาก็ต้องได้ พาร์ทนั้นเราก็คือรู้สึกว่าจะอย่างไรให้ลูกค้ารู้สึกว่าเขาได้เหมือนกัน มันก็เลยเป็นเรื่องการบาลานซ์

เปอร์ : แต่ที่นี้ที่สำคัญไปมากกว่านั้น...

ยัง : สำหรับคนดู

เปอร์ : คนดู ทำไมคนดู หรือว่าสังคมหรืออะไรก็แล้วแต่ต้องบอกว่าการโฆษณามันเป็นสิ่งไม่ดี

ยัง : เอ้อ อันนี้...

เปอร์ : จริงๆโฆษณา มันก็สามารถ เราประชาสัมพันธ์สิ่งที่ดีให้คนรู้จักก็ได้ไม่ใช่เหรอ

ยัง : ใช่ ที่คิดในมูมนี้นี้มากกว่า คือ ในมูมตัวเราเองอะ เราจะรู้สึกที่เราไม่ได้ตั้งใจ หรือมองโฆษณาเป็นในแง่ลบเลย เพราะว่า...

เปอร์ : โฆษณาคือการประชาสัมพันธ์ถูกไหม

ยัง : คือการประชาสัมพันธ์ คือการบอกให้เราทราบว่าสิ่งนี้ มี Products นี้อยู่ มีของชิ้นนี้มันมีคุณสมบัติอะไร แล้วการจะเลือกใช้ ไม่เลือกใช้ การตัดสินใจซื้อ ไม่ซื้อ มันเป็นสิทธิ์ของเรา

เปอร์ : เท่าที่ฟังเรื่องของพี่ยังนะ ผมได้เรียนรู้หลายอย่างนะ แต่ว่าสิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดๆเลย คือเรื่องของมนุษยธรรมตาคนหนึ่งนะ ที่ทุกๆคนสามารถเป็นอะไรก็ได้ที่ทุกคนอยากจะเป็น เหมือนกับพี่ยังที่เล่าให้เราฟัง ตั้งแต่เขาเป็นเด็กธรรมดาคนหนึ่งแค่นั้นขอจบการถ่ายรูป แล้วก็...แต่วันนี้นำพาตัวเองมาถึงการมาเป็นเจ้าของบริษัทนาดาว เปิดบริษัทดูแลศิลปิน มี Production House และก็ทำซีรี่ย์ที่ประสบความสำเร็จมาแล้วหลายต่อหลายเรื่อง สิ่งหนึ่งที่เขาทำได้และทำให้เขาทำได้ความสำคัญเลยคือ การวิเคราะห์ แยกแยะ และฝึกฝนตน คือ เมื่อไม่รู้อะไรก็พยายามทำความเข้าใจและก็วิเคราะห์ว่ามันจะทำงานนั้นได้อย่างไร โดยมีเป้าหมายด้วยนะว่า อยากจะเป็นบุคคลที่เก่งขึ้นกว่าเดิม

เปอร์ : โลกมันเปลี่ยนไปครับ หากเราไม่หยุดที่จะเรียนรู้ และก็พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนตัวเราที่เป็นคนที่อยู่กับโลกที่มันหมุนไปได้อยู่ตลอดเวลา เช่นเดียวกันครับในการเสฟสื่อ ถ้าคุณอยากจะรู้อย่างเท่าทันในทักษะในเรื่องของการคิดวิเคราะห์เป็นตัวตั้งต้น ก็เช่นเดียวกันที่จะส่งเสริมให้คุณมีวิจารณญาณในการตัดสินใจว่าคุณจะเลือกเชื่ออะไร หรือไม่เลือกเชื่ออะไรนะครับ วันนี้หมดเวลาของรายการ Perspective แล้วล่ะครับ คุณผู้ชมสามารถติดตามความเคลื่อนไหวได้ผ่านทาง Youtube Facebook และก็ Instagram ของ PerspectiveTV นะครับ หรือว่าติดตามการ Live ไปพร้อมๆกันกับทางช่อง 9 MCOT HD แบบนี้ก็ได้ผ่านทาง Facebook Live ของ PerspectiveTV เช่นเดียวกัน และก็หากคุณมีคำถามสงสัยอะไรเพิ่มเติม อยากติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ของเราไม่ต้องเกรงใจนะครับ ถามมาได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านทาง Line ID @PERSPECTIVETV ล่ะครับ ก่อนจะจากกันไปในคืนนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดนะครับ ไม่ว่าจะแง่มุมไหนก็ตามที่คุณได้จาก Perspective ในคืนนี้จะเหมือนกันกับผม หรือแตกต่างจากผม ไม่เป็นไรเลยนะครับ แต่ที่สำคัญคือคุณต้องนำมันไปปรับใช้แล้วชีวิตของคุณในวันพรุ่งนี้...

เปอร์/ยัง : จะเปลี่ยนไป

เปอร์ : ไปล่ะครับ สวัสดีครับ

ยัง : สวัสดีครับ

1.3 จัดทำแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) โดยช่องทางการออกอากาศเป็นครั้งแรก (First-Run) จะต้องเป็นช่องที่มีอันดับ 1 ใน 10 ของช่องยอดนิยมและได้รับการยืนยันการออกอากาศจากทางสถานี อย่างเป็นทางการ

1. สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

1) First Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	ไทยรัฐทีวี ช่อง 32
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.00-06.30 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 17 มีนาคม – 14 เมษายน 2562

สถานีไทยรัฐทีวี เป็นช่องที่มีอันดับที่ 6 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>

2) Re Run จำนวน 3 ครั้ง ดังนี้

(2.1)

สถานี	New TV ช่อง 18
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 12.00-12.25 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 17 มีนาคม – 14 เมษายน 2562

(2.2)

สถานี	SPRING ช่อง 26
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.00-08.30 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 31 มีนาคม – 28 เมษายน 2562

(2.3)

สถานี	อมรินทร์ทีวี ช่อง 34
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันเสาร์ เวลา 16.00-16.30 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 30 มีนาคม – 27 เมษายน 2562

2. ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

1) First Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	ไทยรัฐทีวี ช่อง 32
วัน/เวลาออกอากาศ	ระหว่างเวลา 18.20-20.00 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 18 มีนาคม – 15 เมษายน 2562 หรือจนกว่าจะครบ 9 ตอน

สถานีไทยรัฐทีวี เป็นช่องที่มีอันดับที่ 6 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>

2) Re Run จำนวน 3 ครั้ง ดังนี้

(2.1)

สถานี	3 SD ช่อง 28
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวัน เสาร์-อาทิตย์ (รายการตีข่าวเช้า) 07.00-07.30 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 23 มีนาคม – 23 เมษายน 2562 หรือจนกว่าจะครบ 9 ตอน

(2.2)

สถานี	อมรินทร์ทีวี ช่อง 34
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอังคารและพฤหัสบดี เวลา 17.00-17.01 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 26 มีนาคม – 23 เมษายน 2562 หรือจนกว่าจะครบ 9 ตอน

(2.3)

สถานี	SPRING ช่อง 26
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันพฤหัสบดีและศุกร์ ระหว่างเวลา 18.00-22.00 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 28 มีนาคม – 25 เมษายน 2562 หรือจนกว่าจะครบ 9 ตอน

3. การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ 30 นาที

จำนวน 4 ตอน

1) First Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันเสาร์ 21.00 -22.00 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 16 มีนาคม – 6 เมษายน 2562 หรือจนกว่าจะครบ 4 ตอน

เป็นช่องที่มีอันดับที่ 13 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>

2) Re Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	เอ็มคอตแฟมิลี่ ช่อง 14
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันพฤหัสบดี 14.00-15.00 น. และ 10.30-11.30 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 21 มีนาคม – 11 เมษายน 2562 หรือจนกว่าจะครบ 4 ตอน

4. การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ 30 นาที
จำนวน 3 ตอน

1) First Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอาทิตย์ 21.00 - 22.00 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 17 มีนาคม – 7 เมษายน 2562 หรือจนกว่าจะครบ 3 ตอน

เป็นช่องที่มีอันดับที่ 13 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>

2) Re Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	เอ็มคอตแฟมิลี ช่อง 14
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันศุกร์ 14.00 - 15.00 น. และ 10.30 - 11.30 น.
วันที่ออกอากาศ	วันที่ 22 มีนาคม – 12 เมษายน 2562 หรือจนกว่าจะครบ 3 ตอน

1.4 จัดทำรายงานผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล)

ตารางการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล)

1. สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สถานี	ช่วงเวลาออกอากาศ	วันที่ออกอากาศ				
		ตอนที่ 1	ตอนที่ 2	ตอนที่ 3	ตอนที่ 4	ตอนที่ 5
ไทยรัฐทีวี (F)	อาทิตย์ 06.00-06.30 น.	17 มี.ค	24 มี.ค	31 มี.ค	7 เม.ย	14 เม.ย
NEW 18	อาทิตย์ 12.00-12.25 น.	17 มี.ค	24 มี.ค	31 มี.ค	7 เม.ย	14 เม.ย
SPRING 26	อาทิตย์ 08.00-08.30 น.	31 มี.ค	7 เม.ย	14 เม.ย	21 เม.ย	28 เม.ย
อมรินทร์ทีวี	เสาร์ 16.00-16.30 น.	30 มี.ค	6 เม.ย	13 เม.ย	20 เม.ย	27 เม.ย

2. ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

สถานี	ช่วงเวลาออกอากาศ	วันที่ออกอากาศ								
		ตอนที่ 1	ตอนที่ 2	ตอนที่ 3	ตอนที่ 4	ตอนที่ 5	ตอนที่ 6	ตอนที่ 7	ตอนที่ 8	ตอนที่ 9
ไทยรัฐทีวี (F)	18.20-20.00 น.	18 มี.ค	19 มี.ค	26 มี.ค	27 มี.ค	1 เม.ย	3 เม.ย	8 เม.ย	10 เม.ย	15 เม.ย
3 SD ช่อง 28	07.00-07.30 น.	23 มี.ค	24 มี.ค	30 มี.ค	31 มี.ค	6 เม.ย	7 เม.ย	13 เม.ย	14 เม.ย	20 เม.ย
อมรินทร์ทีวี	17.00-17.01 น.	26 มี.ค	28 มี.ค	2 เม.ย	4 เม.ย	9 เม.ย	11 เม.ย	16 เม.ย	18 เม.ย	23 เม.ย
SPRING 26	18.00-22.00 น.	28 มี.ค	29 มี.ค	4 เม.ย	5 เม.ย	11 เม.ย	12 เม.ย	18 เม.ย	19 เม.ย	25 เม.ย

3. การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ 30 นาที
จำนวน 4 ตอน

สถานี	ช่วงเวลาออกอากาศ	วันที่ออกอากาศ			
		ตอนที่ 1	ตอนที่ 2	ตอนที่ 3	ตอนที่ 4
เอ็มคอตเอชดี 30	เสาร์ 21.00-22.00	16 มี.ค.	23 มี.ค.	30 มี.ค.	6 เม.ย.
เอ็มคอตแฟมิลี 14	พฤหัสบดี 14.00-15.00 น. พฤหัสบดี 10.30-11.30 น.	21 มีนาคม - 11 เมษายน 2562			

4. การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ 30 นาที
จำนวน 3 ตอน

สถานี	ช่วงเวลาออกอากาศ	วันที่ออกอากาศ		
		ตอนที่ 1	ตอนที่ 2	ตอนที่ 3
เอ็มคอตเอชดี 30	อาทิตย์ 21.00-22.00	17 มี.ค.	31 มี.ค.	7 เม.ย.
เอ็มคอตแฟมิลี 14	ศุกร์ 14.00-15.00 น. ศุกร์ 10.30-11.30 น.	22 มีนาคม - 12 เมษายน 2562		

1.4.1 จัดทำรายงานผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) พร้อมบริการคำบรรยายแทนเสียง (Close Caption : CC) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description : AD) รวมเวลาออกอากาศจำนวน 956 นาที ประกอบด้วย

- ผลการนำเนื้อหาที่ผลิตไปออกอากาศเป็นครั้งแรก (First-Run) จำนวน 344 นาที โดยจะต้องเป็นช่องทางการออกอากาศที่มีอันดับ 1 ใน 10 ของช่องยอดนิยม
- ผลการนำเนื้อหาที่ผลิตไปออกอากาศซ้ำ (Re-Run) จำนวน 612 นาที

1. สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

1) First Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	ไทยรัฐทีวี ช่อง 32
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.00-06.30 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	ออกอากาศวันที่ 17 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	ออกอากาศวันที่ 24 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562



สถานีไทยรัฐทีวี เป็นช่องที่มีอันดับที่ 6 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>



ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ

ออกอากาศวันที่ 17 มีนาคม 2562



ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน

ออกอากาศวันที่ 24 มีนาคม 2562



ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)

ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562



ตอนที่ 4 : เสขข่าวอย่างใดให้เท่าทัน (2)
ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562



ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ
ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562

TVB/SLE 0588/62

2 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การรับรองการออกอากาศรายการ "รู้ทันสื่อ คือทางออก" ทางสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี

เรียน อุปนายกสมาคมสมาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)

ตามที่สมาคมสมาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ได้ขอเช่าเวลาเพื่อออกอากาศรายการ "สารคดีโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์" ในชื่อรายการ "รู้ทันสื่อ คือทางออก" ทางสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี

โดยมีรายละเอียดการออกอากาศดังนี้

ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	ออกอากาศวันที่ 17 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	ออกอากาศวันที่ 24 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562

ทางสถานีฯ ขอเรียนว่าได้ดำเนินการออกอากาศรายการ "รู้ทันสื่อคือทางออก" เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



เดือนสิตางค์ เจริญพานิช

ผู้อำนวยการฝ่ายขาย

บริษัท ทริปเปิ้ล ที บROADCAST จำกัด
 1 ถนนวิภาวดีรังสิต
 แขวงจตุจักร เขตจตุจักร
 กรุงเทพฯ 10200

TRIPLE TV BROADCAST CO., LTD.
 1 Vibhavadi Rangsit Rd.
 Chompradit Subdistrict,
 Bangkok 10200

T : 0 2124 1111
 F : 0 2124 1111
 E : info@tripletv.com.th

2) Re Run จำนวน 3 ครั้ง ดังนี้

(2.1)

สถานี	New TV ช่อง 18
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 12.00-12.25 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	ออกอากาศวันที่ 17 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	ออกอากาศวันที่ 24 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562

NEW 18



ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ
ออกอากาศวันที่ 17 มีนาคม 2562



ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน
ออกอากาศวันที่ 24 มีนาคม 2562



ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)
ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562



ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)
ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562



ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ
ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562

วันที่ 3 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การรับรองการออกอากาศรายการ “รู้ทันสื่อ คือทางออก” ทางสถานีโทรทัศน์ NEW 18
เรียน อุปนายกสมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)

ตามที่สมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ได้ขอเช่าเวลาเพื่อออกอากาศรายการ “สารคดีโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” ในชื่อรายการ “รู้ทันสื่อ คือทางออก” ทางสถานีโทรทัศน์ NEW 18

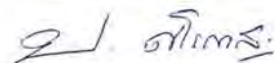
โดยมีรายละเอียดการออกอากาศดังนี้

ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	ออกอากาศวันที่ 17 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	ออกอากาศวันที่ 24 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562

ทางสถานีฯ ขอเรียนว่าได้ดำเนินการออกอากาศรายการ “รู้ทันสื่อคือทางออก” เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(ประภาพรณ ศิริภาส)

ผู้จัดการประสานงานขาย



บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสต์ จำกัด

818 หมู่ 2 ซอยเบิ่ง 19 ถนนสุขุมวิท 107

ต.สำโรงเหนือ อ.เมืองสมุทรปราการ สภ.ปรางค์ 10270

โทรศัพท์: 0-2021-7777 โทรสาร: 0-2399-4131

DN Broadcast Company Limited

818 Moo 2, Soi Bearing 19, Sukhumvit 107 Road,

Samrong Nuea, Mueang, Samut Prakan 10270

Tel.: 0-2021-7777 Fax: 0-2399-4131

www.newtv.co.th

f : newtv18 i : newtv18 t : newtv_18

(2.2)

สถานี	อมรินทร์ทีวี ช่อง 34
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันเสาร์ เวลา 16.00-16.30 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	ออกอากาศวันที่ 30 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	ออกอากาศวันที่ 6 เมษายน 2562
ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	ออกอากาศวันที่ 13 เมษายน 2562
ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	ออกอากาศวันที่ 20 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	ออกอากาศวันที่ 27 เมษายน 2562



ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ
ออกอากาศวันที่ 30 มีนาคม 2562



ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน
ออกอากาศวันที่ 6 เมษายน 2562



ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)
ออกอากาศวันที่ 13 เมษายน 2562



ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)
ออกอากาศวันที่ 20 เมษายน 2562



ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ
ออกอากาศวันที่ 27 เมษายน 2562



บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

๗/๙ ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

AMARIN TELEVISION Co., Ltd. 7/9 Arun Amarin Rd., Arun Amarin, Bangkok Noi, Bangkok 10700 Thailand
Tel. 0-2422-9191 Fax 0-2422-9192 www.amarintv.com

ที่ ผรก 147 /2562

5 มิถุนายน 2562

เรื่อง รับรองการออกอากาศรายการ “รู้ทันสื่อ คือทางออก”

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย จำกัด

ตามที่ บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด (สถานีฯ) ได้อนุมัติให้ท่านเช่าเวลาออกอากาศรายการ “รู้ทันสื่อ คือทางออก” จำนวน 5 ตอน ทุกวันเสาร์ เวลาประมาณ 16.00-16.30 น. ตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม – 27 เมษายน 2562 นั้น

สถานีฯ ขอรับรองว่าได้ออกอากาศรายการ “รู้ทันสื่อ คือทางออก” ในวันเสาร์ที่ 30 มีนาคม 2562 และวันเสาร์ที่ 6, 13, 20 และ 27 เมษายน 2562 เวลาประมาณ 16.00-16.30 น. จริง โดยได้ดำเนินการออกอากาศรายการดังกล่าว พร้อมระบบคำบรรยายแทนเสียงแบบปิด (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ในวันเสาร์ที่ 6, 13, 20 และ 27 เมษายน 2562 จริง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ



ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวภิญช์พัศน์ บุญสมธรรม)

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายปฏิบัติการ

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

ฝ่ายรายการ

โทรศัพท์ 02 422 9191 ต่อ 2261-2

โทรสาร 02 422 9120

(2.3)

สถานี	SPRING ช่อง 26
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08:00-08:30 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562
ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562
ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	ออกอากาศวันที่ 21 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	ออกอากาศวันที่ 28 เมษายน 2562



ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ
ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562



ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน
ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562



ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)
ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562



ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)
ออกอากาศวันที่ 21 เมษายน 2562



ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ
ออกอากาศวันที่ 28 เมษายน 2562

วันที่ 1 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การรับรองการออกอากาศรายการ “รู้ทันสื่อ คือทางออก” ทางสถานีโทรทัศน์ SPRING 26
เรียน อุปนายกสมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)

ตามที่สมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ได้ขอเช่าเวลาเพื่อออกอากาศรายการ “สารคดีโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” ในชื่อรายการ “รู้ทันสื่อ คือทางออก” ทางสถานีโทรทัศน์ SPRING 26

โดยมีรายละเอียดการออกอากาศดังนี้

ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562
ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562
ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	ออกอากาศวันที่ 21 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	ออกอากาศวันที่ 28 เมษายน 2562

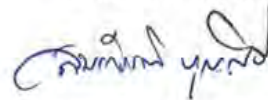
ทางสถานีฯ ขอเรียนว่าได้ดำเนินการออกอากาศรายการ “รู้ทันสื่อคือทางออก” เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ



บริษัท สปริง 26 จำกัด
SPRING 26 CO., LTD.

ขอแสดงความนับถือ



(สมเกียรติ บุญศิริ)

ผู้อำนวยการสถานี

บริษัท สปริง 26 จำกัด

2. ทวีวี สกู๊ป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน



1) First Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	ไทยรัฐทีวี ช่อง 32
วัน/เวลาออกอากาศ	รายการถามตรงๆ กับจอมขวัญ ระหว่างเวลา 19.10-20.00 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณา	วันที่ 18 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	วันที่ 19 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : ข่าวลวง	วันที่ 26 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เเคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์	วันที่ 27 มีนาคม 2562
ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	วันที่ 1 เมษายน 2562
ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	วันที่ 3 เมษายน 2562
ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	วันที่ 8 เมษายน 2562
ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	วันที่ 10 เมษายน 2562
ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	วันที่ 15 เมษายน 2562



สถานีไทยรัฐทีวี เป็นช่องที่มีอันดับที่ 6 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>

TVB/SLE 0589/62

2 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การรับรองการออกอากาศสารคดี ชุด "เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน" ทางสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี

เรียน อุปนายกสมาคมสมาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)

ตามที่สมาคมสมาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ได้ขอเช่าเวลาเพื่อออกอากาศ "สารคดีโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์" ชุด "เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน" ทางสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ในรายการตามตรงๆ กับจอมขวัญ เวลา 19:10-20:00 น.

โดยมีรายละเอียดการออกอากาศดังนี้

ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณา	ออกอากาศวันที่ 18 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ออกอากาศวันที่ 19 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : ชาวหลวง	ออกอากาศวันที่ 26 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เควาะห์หายหรือเพิ่มควะห์	ออกอากาศวันที่ 27 มีนาคม 2562
ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	ออกอากาศวันที่ 1 เมษายน 2562
ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	ออกอากาศวันที่ 3 เมษายน 2562
ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	ออกอากาศวันที่ 8 เมษายน 2562
ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	ออกอากาศวันที่ 10 เมษายน 2562
ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	ออกอากาศวันที่ 15 เมษายน 2562

ทางสถานีฯ ขอเรียนว่าได้ดำเนินการออกอากาศสารคดี ชุด "เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน" เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



เตียนติตางศ์ เจริญพานิช

ผู้อำนวยการฝ่ายขาย

บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสต์ จำกัด
 1 ถนนวิภาวดีรังสิต
 แขวงจตุจักร เขตจตุจักร
 กรุงเทพมหานคร 10400

TRIPLE V BROADCAST CO., LTD
 1 ถนนวิภาวดีรังสิต รังสิต
 แขวงจตุจักร เขตจตุจักร
 กรุงเทพมหานคร 10400

โทร 02-118-1111
 โทร 02-118-1111
 โทร 02-118-1111

2) Re Run จำนวน 3 ครั้ง ดังนี้

(2.1)

สถานี	3 SD ช่อง 28
วัน/เวลาออกอากาศ	รายการตีข่าวเช้า ทุกวัน เสาร์-อาทิตย์ เวลา 06.00-07.30 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณา	วันที่ 23 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	วันที่ 30 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : ข่าวลวง	วันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เเคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์	วันที่ 6 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	วันที่ 7 เมษายน 2562
ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	วันที่ 13 เมษายน 2562
ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	วันที่ 14 เมษายน 2562
ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	วันที่ 20 เมษายน 2562
ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	วันที่ 21 เมษายน 2562



บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด

BEC Multimedia Co.,Ltd.

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี / Tax ID. 0105543095120

วันที่ 1 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การรับรองการออกอากาศสารคดี “เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน” ทางสถานีโทรทัศน์ 3 SD (28)

เรียน อุปนายกสมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)

ตามที่สมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ได้ขอเช่าเวลาเพื่อออกอากาศ “สารคดี โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” ชุด “เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน” ทางสถานีโทรทัศน์ 3 SD (28) ในรายการตีข่าวเช้า เวลา 06.00 - 07.30 น. (ตามเวลาในใบสั่งซื้อ)

โดยมีรายละเอียดการออกอากาศดังนี้

ตอนที่ 1 : เนียน โฆษณา	ออกอากาศวันที่ 23 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ออกอากาศวันที่ 30 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : ข่าวลวง	ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เกราะห้หายหรือเพิ่มเกราะห้	ออกอากาศวันที่ 6 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562
ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	ออกอากาศวันที่ 13 เมษายน 2562
ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	ออกอากาศวันที่ 14 เมษายน 2562
ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	ออกอากาศวันที่ 20 เมษายน 2562
ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	ออกอากาศวันที่ 21 เมษายน 2562

ทางสถานีฯ ขอเรียนว่าได้ดำเนินการออกอากาศสารคดีชุด “เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน ” เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ


กวีตจิตตอล ช่อง 28

ขอแสดงความนับถือ

(กุณภาสรี ทรพรพสุทธิ)

รองผู้จัดการฝ่ายโฆษณา

บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด

(2.2)

สถานี	อมรินทร์ทีวี ช่อง 34
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอังคารและพฤหัสบดี เวลา 17.00-17.01 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณา	วันที่ 26 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	วันที่ 28 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : ข่าวลวง	วันที่ 2 เมษายน 2562
ตอนที่ 4 : เเคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์	วันที่ 4 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	วันที่ 9 เมษายน 2562
ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	วันที่ 11 เมษายน 2562
ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	วันที่ 16 เมษายน 2562
ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	วันที่ 23 เมษายน 2562
ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	วันที่ 25 เมษายน 2562



บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

๗/๑๙ ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

AMARIN TELEVISION Co., Ltd. 7/9 Arun Amarin Rd., Arun Amarin, Bangkok Noi, Bangkok 10700 Thailand
Tel. 0-2422-9191 Fax 0-2422-9192 www.amarintv.com

ที่ ฝรก 154 /2562

12 มิถุนายน 2562

เรื่อง รับรองการออกอากาศรายการ “เสฟสี่อย่างไรให้เท่าทัน”

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย จำกัด

ตามที่ บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด (สถานีฯ) ได้อนุมัติให้ท่านเช่าเวลาออกอากาศรายการ “เสฟสี่อย่างไรให้เท่าทัน” จำนวน 9 ตอน ทุกวันอังคารและวันหยุดห้สบดี เวลาประมาณ 17.00-17.01 น. ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม – 23 เมษายน 2562 นั้น

สถานีฯ ขอรับรองว่าได้ออกอากาศรายการ “เสฟสี่อย่างไรให้เท่าทัน” ในที่ 26, 28 มีนาคม 2562 และวันที่ 2, 4, 9, 11, 16, 23 และ 25 เมษายน 2562 เวลาประมาณ 17.00-17.01 น. จริง โดยได้ดำเนินการออกอากาศรายการดังกล่าว พร้อมระบบคำบรรยายแทนเสียงแบบปิด (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ในวันและเวลาดังกล่าวจริง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ



ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวอภินท์พิศณั บัญสมธรรม)

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายปฏิบัติการ

บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด

ฝ่ายรายการ

โทรศัพท์ 02 422 9191 ต่อ 2261-2

โทรสาร 02 422 9120

(2.3)

สถานี	SPRING ช่อง 26
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันพฤหัสบดีและศุกร์ ระหว่างเวลา 22.00-22.30 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณา	วันที่ 28 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	วันที่ 29 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : ข่าวลวง	วันที่ 4 เมษายน 2562
ตอนที่ 4 : เเคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์	วันที่ 5 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	วันที่ 11 เมษายน 2562
ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	วันที่ 12 เมษายน 2562
ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	วันที่ 18 เมษายน 2562
ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	วันที่ 19 เมษายน 2562
ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	วันที่ 25 เมษายน 2562

วันที่ 1 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การรับรองการออกอากาศสารคดี ชุด “เสปสื่อย่างไ้ให้เท่าทัน” ทางสถานีโทรทัศน์ SPRING 26
เรียน อุปนายกสมาคมสมาชิวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)

ตามที่สมาคมสมาชิวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ได้ขอเช่าเวลาเพื่อออกอากาศ “สารคดีโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” ชุด “เสปสื่อย่างไ้ให้เท่าทัน” ทางสถานีโทรทัศน์ SPRING 26 ทุกวันพฤหัสบดี และวันศุกร์ หลังรายการข่าวภาคค่ำ

โดยมีรายละเอียดการออกอากาศดังนี้

ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณา	ออกอากาศวันที่ 28 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	ออกอากาศวันที่ 29 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : ข่าวลวง	ออกอากาศวันที่ 4 เมษายน 2562
ตอนที่ 4 : เคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์	ออกอากาศวันที่ 5 เมษายน 2562
ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	ออกอากาศวันที่ 11 เมษายน 2562
ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	ออกอากาศวันที่ 12 เมษายน 2562
ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	ออกอากาศวันที่ 18 เมษายน 2562
ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	ออกอากาศวันที่ 19 เมษายน 2562
ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	ออกอากาศวันที่ 25 เมษายน 2562

ทางสถานีฯ ขอเรียนว่าได้ดำเนินการออกอากาศรายการ “เสปสื่อย่างไ้ให้เท่าทัน” เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ



บริษัท สปริง 26 จำกัด
SPRING 26 CO., LTD.

ขอแสดงความนับถือ

สมเกียรติ บุญศิริ

(สมเกียรติ บุญศิริ)

ผู้อำนวยการสถานี

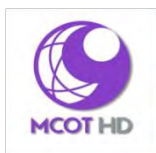
บริษัท สปริง 26 จำกัด

3. การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 4 ตอน



1) First Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันเสาร์ 21.00 -22.00 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ	วันที่ 16 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : เสพสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ ?	วันที่ 23 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : รู้ทัน...ละคร	วันที่ 30 มีนาคม 2562
ตอนที่ 4 : เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง	วันที่ 6 เมษายน 2562



เป็นช่องที่มีอันดับที่ 13 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>

2) Re Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	เอ็มคอตแฟมิลี ช่อง 14
วัน/เวลาออกอากาศ	วันพฤหัสบดี 14.00-15.00 น.
ตอนที่ 1 : รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ	วันที่ 21 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : เสพสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ ?	วันที่ 28 มีนาคม 2562
วัน/เวลาออกอากาศ	วันพฤหัสบดี 10.30-11.30 น.
ตอนที่ 3 : รู้ทัน...ละคร	วันที่ 4 เมษายน 2562
ตอนที่ 4 : เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง	วันที่ 11 เมษายน 2562



เป็นช่องที่มีอันดับที่ 23 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>



ตอนที่ 1 : รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ



ตอนที่ 2 : เสพสื่ออย่างไร ไม่ให้ตก
เป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ ?



ตอนที่ 3 : รู้ทัน...ละคร



ตอนที่ 4 : เสพด้วยสมอง...ผ่าน
มุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง



วันที่ 13 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การรับรองการออกอากาศรายการเจาะใจ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง MCOT HD 30
เรียน สมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)

ตามที่ บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด ผู้ผลิตรายการเจาะใจ ได้รับความไว้วางใจจาก สมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ดำเนินการให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” จำนวน 4 ตอน และออกอากาศทาง MCOT HD 30 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 : ตอนที่ 1 : รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ	ออกอากาศวันที่ 16 มีนาคม 2562 เวลา 21.00-22.00 น.
ตอนที่ 2 : เสพสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ ?	ออกอากาศวันที่ 23 มีนาคม 2562 เวลา 21.00-22.00 น.
ตอนที่ 3 : รู้ทัน...ละคร	ออกอากาศวันที่ 30 มีนาคม 2562 เวลา 21.00-22.00 น.
ตอนที่ 4 : เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง	ออกอากาศวันที่ 6 เมษายน 2562 เวลา 21.00-22.00 น.

ทางบริษัทฯ ขอเรียนว่าได้ดำเนินการออกอากาศเสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวสิริกกร อินทนา)
ผู้อำนวยการบริหารเวลา

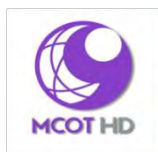


4. การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ 30 นาที
จำนวน 3 ตอน

PERSPECTIVE
มุมมอง

1) First Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	เอ็มคอตเอชดี ช่อง 30
วัน/เวลาออกอากาศ	ทุกวันอาทิตย์ 21.00 -22.00 น.
วันที่ออกอากาศ	
ตอนที่ 1 : คุณจ้อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ	วันที่ 17 มีนาคม 2562
ตอนที่ 2 : คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน	วันที่ 31 มีนาคม 2562
ตอนที่ 3 : คุณย้ง ทรงยศ สุขมากอนันต์	วันที่ 7 เมษายน 2562



เป็นช่องที่มีอันดับที่ 13 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>

2) Re Run จำนวน 1 ครั้ง ดังนี้

สถานี	เอ็มคอตแฟมิลี ช่อง 14
วัน/เวลาออกอากาศ	วันศุกร์ 14.00-15.00
ตอนที่ 1 : คุณจ้อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ	วันที่ 22 มีนาคม 2562
วัน/เวลาออกอากาศ	วันศุกร์ 10.30-11.30
ตอนที่ 2 : คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน	วันที่ 5 เมษายน 2562
ตอนที่ 3 : คุณย้ง ทรงยศ สุขมากอนันต์	วันที่ 12 เมษายน 2562



เป็นช่องที่มีอันดับที่ 23 ของช่องยอดนิยม

อ้างอิงข้อมูล: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-month-feb-2019/>



ตอนที่ 1 : คุณจ๋อง พงศ์รินทร์ อุลิศ



ตอนที่ 2 : คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน



ตอนที่ 3 : คุณย้ง ทรงยศ สุขมากอนันต์

ตอนที่ 3 : คุณย้ง ทรงยศ สุขมากอนันต์



วันที่ 13 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การรับรองการออกอากาศรายการ PERSPECTIVE ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง MCOT HD 30
เรียน สมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)

ตามที่ บริษัท เจเอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด ผู้ผลิตรายการ PERSPECTIVE ได้รับความไว้วางใจจาก สมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ดำเนินการให้ข้อมูล หรือแทรก ข้อมูลโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์ ในเนื้อหารายการ "PERSPECTIVE" จำนวน 3 ตอน และออกอากาศทาง MCOT HD 30 โดยมี รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 : คุณจ้อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ	ออกอากาศวันที่ 17 มีนาคม 2562 เวลา 21.00-22.00 น.
ตอนที่ 2 : คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน	ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม 2562 เวลา 21.00-22.00 น.
ตอนที่ 3 : คุณย้ง ทรงยศ สุขมากอนันต์	ออกอากาศวันที่ 7 เมษายน 2562 เวลา 21.00-22.00 น.

ทางบริษัทฯ ขอเรียนว่าได้ดำเนินการออกอากาศเสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวสิริกอร์ อินทนา)
ผู้อำนวยการบริหารเวลา



สรุปผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป
(ทีวีดิจิทัล)

ประเภทรายการ	จำนวน	จำนวนนาที	นาทีรวม	Re-Run	นาทีรวม
1. สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที	5 ตอน	25	125	3 ครั้ง	375
2. ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที	9 ตอน	9	9	3 ครั้ง	27
3. การให้ข้อมูล หรือแทรก ข้อมูล ในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ 30 นาที	4 ตอน	30	120	1 ครั้ง	120
4. การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูล ในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ 30 นาที	3 ตอน	30	90	1 ครั้ง	90
จำนวนนาทีรวม			344		612
อัตราร้อยละ			35.98%		64.02%

รายละเอียดการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล)

ลำดับ	ประเภทรายการ	First Run	Re-Run 1	Re-Run 2	Re-Run 3	รวม
1	สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน	ไทยรัฐทีวี	NEW 18	อมรินทร์ทีวี	SPRING26	
		วันอาทิตย์ 06:00-06:30 น.	วันอาทิตย์ 12:00-12.25 น.	วันเสาร์ 16:00-16:30 น.	วันอาทิตย์ 08:00-08:30 น.	
	ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	25	25	25	25	100
	ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	25	25	25	25	100
	ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	25	25	25	25	100
	ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	25	25	25	25	100
	ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	25	25	25	25	100
	จำนวนนาทีรวม	125	325			500
	อัตราร้อยละ	25%	75%			100%
2	ทีวี สกู๊ป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน	ไทยรัฐทีวี	3SD (28)	อมรินทร์ทีวี	SPRING26	
		19.10-20.00 น.	06.00-07.30 น.	17.00-17.01น.	22.00-22.30น.	
	ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณา	1	1	1	1	4
	ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	1	1	1	1	4
	ตอนที่ 3 : ข่าวลวง	1	1	1	1	4
	ตอนที่ 4 : เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์	1	1	1	1	4
	ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	1	1	1	1	4
	ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	1	1	1	1	4
	ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	1	1	1	1	4
	ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	1	1	1	1	4
	ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	1	1	1	1	4
	จำนวนนาทีรวม	9	27			36
	อัตราร้อยละ	25%	75%			100%

รายละเอียดการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป
(ทีวีดิจิทัล)

ลำดับ	ประเภทรายการ	First Run	Re-Run 1	รวม			
3	การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 4 ตอน	MCOT HD30	MCOT Family14				
		วันเสาร์ 21.00-22.00 น.					
		ตอนที่ 1 : รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ			30	30	60
		ตอนที่ 2 : เสพสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้า ไร้คุณภาพ ?			30	30	60
		ตอนที่ 3 : รู้ทัน...ละคร			30	30	60
		ตอนที่ 4 : เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่อง ข้ามสื่อชื่อดัง			30	30	60
	จำนวนนาทีรวม	120	120	240			
	อัตราร้อยละ	50%	50%	100%			
4	การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 3 ตอน	MCOT HD30	MCOT Family14				
		อาทิตย์ 21.00-22.00					
		ตอนที่ 1 : คุณจ้อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ			30	30	60
		ตอนที่ 2 : คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน			30	30	60
		ตอนที่ 3 : คุณย้ง ทรงยศ สุขมากอนันต์			30	30	60
		จำนวนนาทีรวม			90	90	180
	อัตราร้อยละ	50%	50%	100%			

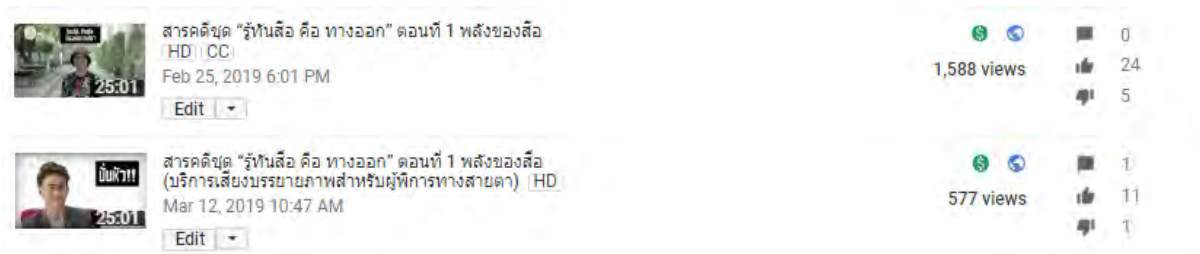
รายงานผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ พร้อมบริการคำบรรยายแทนเสียง (Close Caption : CC) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description : AD)

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร

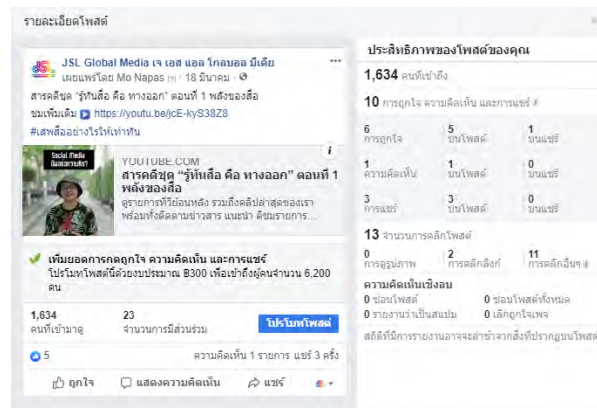
YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

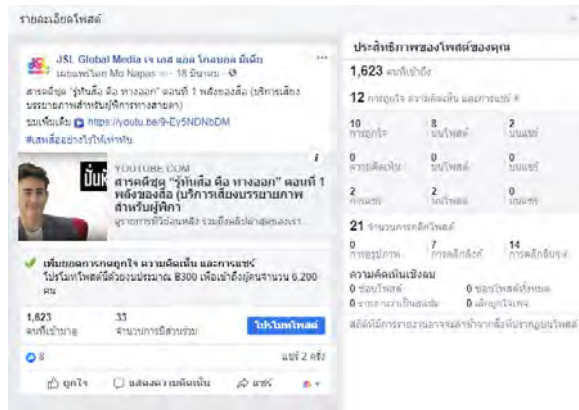
CC ยอด 1,588 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 577 Views



FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

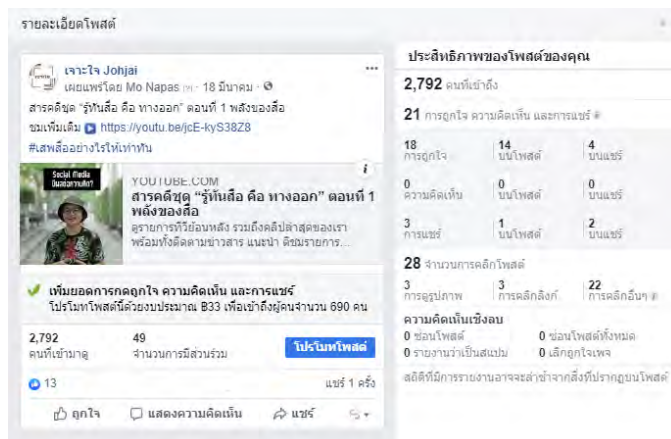
CC ยอด 1,634 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,623 Views





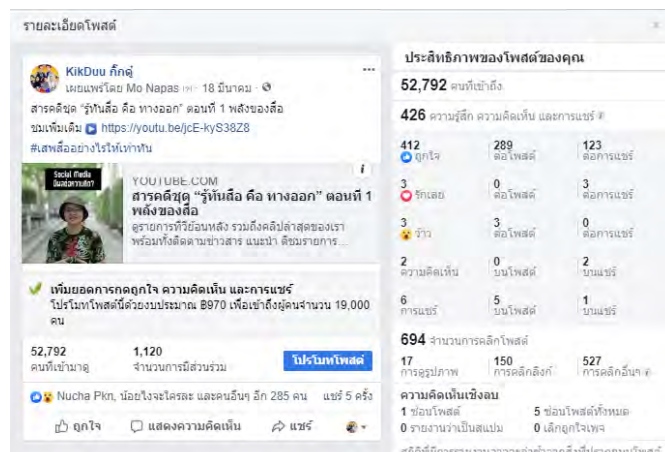
FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,792 Views



FACEBOOK KIKDUU

ยอด 62,792 Views



FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,533 Views

Post Details Reported stats may be delayed from what appears on posts

PerspectiveTV
18 March

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 หลังของสื่อ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/jcE-kyS38Z8>

... See more

Performance for your post

11,533 People Reached

64 Reactions, comments & shares #

57 Like	57 On post	0 On shares
2 Love	1 On post	1 On shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
5 Shares	4 On Post	1 On Shares

149 Post Clicks

4 Photo views	31 Link clicks	114 Other Clicks #
---------------	----------------	--------------------

NEGATIVE FEEDBACK

1 Hide post	0 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

11,533 People reached 213 Engagements

57 4 shares

Like Comment Share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 432 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 451 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 หลังของสื่อ
ชมเพิ่มเติม youtu.be/jcE-kyS38Z8

#เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

มองเห็น 435

บริการบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 หลังของสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ชมเพิ่มเติม youtu.be/9-Ey5NDNbdM

#เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

มองเห็น 451

การมีส่วนร่วมทั้งหมด 2

ความคิดเห็น 1

รีทวีต 1

สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/jcE-kyS38Z8	CC	1,588
YOUTUBE	https://youtu.be/9-Fy5NDNbDM	AD	577
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156817388313964?__tn__=-	CC	1,634
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156817600518964?__tn__=-R	AD	1,623
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2604997276182810?__tn__=-R	CC	2,792
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2672831906077255?__tn__=-R	CC	62,792
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/828707027467696?sfns=mo	CC	11,533
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1107574922375626752	CC	432
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1107612649741647872	AD	451

รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 สื่อ นักบุญหรือชาตาน **83,422 Views**

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือชาตาน

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 295 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,108 Views

The screenshot shows two YouTube video entries. The first video, titled 'สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือชาตาน (HD) CC', has 295 views and was uploaded on Feb 27, 2019. The second video, titled 'สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอน 2 สื่อ นักบุญหรือชาตาน (เสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) (HD)', has 1,108 views and was uploaded on Mar 18, 2019. Both videos have an 'Edit' button and a dropdown menu.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,756 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,621 Views

The screenshot shows a Facebook post from JSL Global Media. The post text includes the video title and a link to the YouTube video. The post has 1,756 likes, 15 comments, and 5 shares. The engagement metrics are: 7 reactions (5 likes, 1 love, 1 wow), 1 comment, and 8 shares. The post also shows the number of people who liked it (1,756) and the number of people who commented (15).

The screenshot shows a Facebook post from JSL Global Media. The post text includes the video title and a link to the YouTube video. The post has 1,621 likes, 18 comments, and 5 shares. The engagement metrics are: 7 reactions (6 likes, 1 love, 1 wow), 1 comment, and 11 shares. The post also shows the number of people who liked it (1,621) and the number of people who commented (18).

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 3,521 Views

Facebook post from 'Johjai' (March 28, 2019). The post text asks about the '2nd round' of a competition. It includes a video thumbnail and a link to a YouTube video. The post has 3,521 views, 63 reactions, and 20 comments. The engagement summary shows 21 reactions (21 likes, 0 dislikes, 0 comments), 0 shares, and 42 video views.

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 46,255 Views

Facebook post from 'Kikduu' (March 28, 2019). The post text is identical to the Johjai post. It has 46,255 views, 372 reactions, and 209 comments. The engagement summary shows 215 reactions (215 likes, 4 dislikes, 0 comments), 2 shares, and 151 video views.

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 13,357 Views

Facebook post from 'PerspectiveTV' (March 28, 2019). The post text is identical to the previous posts. It has 13,357 views, 266 reactions, and 12 shares. The 'Performance for your post' section shows 13,357 people reached, 96 reactions (81 likes, 14 shares, 0 comments), and 160 post clicks.

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 785 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 713 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/AARHEdi42Sc	CC	295
YOUTUBE	https://youtu.be/CAKnNAtHaLI	AD	1,108
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839982148964?__tn__=-R	CC	1,756
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839986318964?__tn__=-R	AD	1,621
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2621554947860376?__tn__=-R	CC	3,521
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2689315461095566?__tn__=-R	CC	46,255
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/834495780222154?sfns=mo	CC	13,357
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111271761872510976	CC	785
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111279306527789057	AD	713

รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือชาตนา 65,890 Views

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 637 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 406 Views

The image shows two YouTube video thumbnails. The top one is titled 'สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1) [HD] [CC]' and has 637 views. The bottom one is titled 'สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอน 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1) AD [HD]' and has 406 views. Both videos are from JSL Global Media and were uploaded on March 18, 2019.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

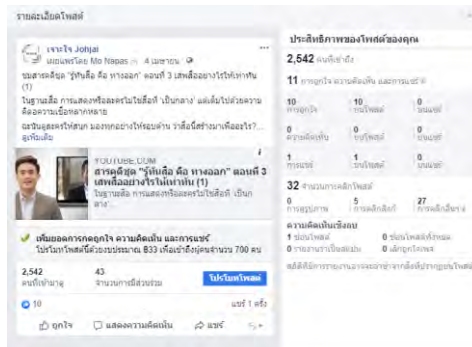
CC ยอด 810 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 896 Views

The image shows a Facebook post from JSL Global Media. The post text describes the documentary 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' and mentions that it is available on YouTube. The post has 810 likes and 5 comments. The post also includes a link to the YouTube video and a call to action to watch the video.

The image shows another Facebook post from JSL Global Media. The post text describes the documentary 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' and mentions that it is available on YouTube. The post has 896 likes and 12 comments. The post also includes a link to the YouTube video and a call to action to watch the video.

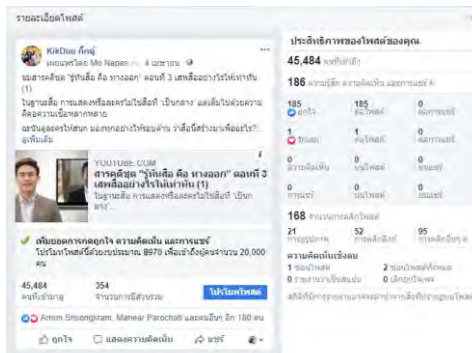
FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,542 Views



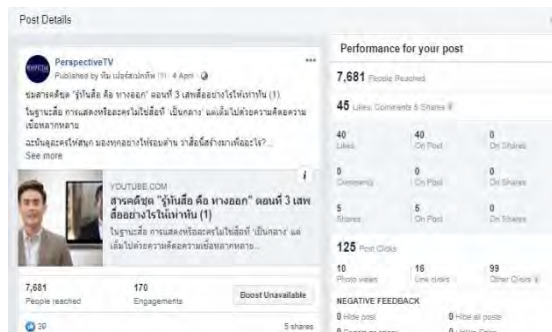
FACEBOOK KIKDUU

ยอด 45,484 Views



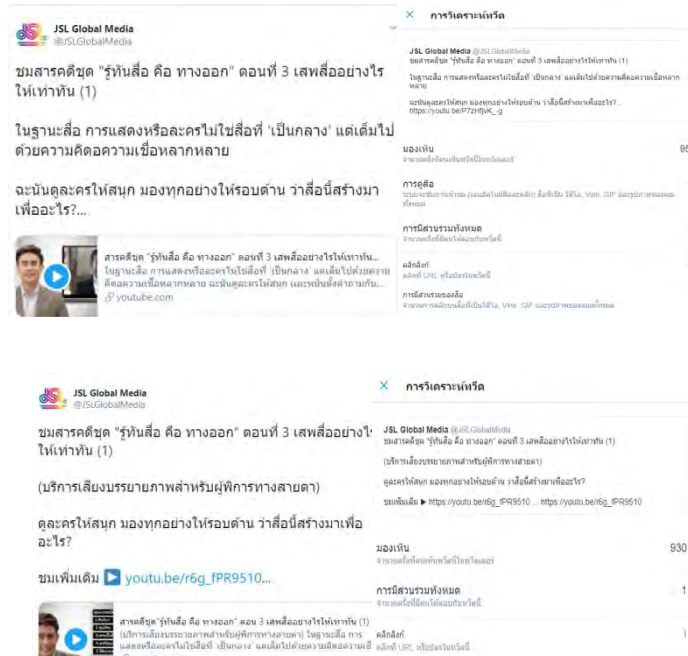
FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 7,681 Views



TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 954 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 930 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/cEDAu34Cz6g	CC	637
YOUTUBE	https://youtu.be/nKICW79cp1c	AD	406
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156891938433964/	CC	810
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156896741798964?_tn__=-R	AD	896
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2659473750735162/	CC	2,542
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2726728947354217/	CC	45,484
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/838475263157539?sfns=mo	CC	7,681
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120605436774735874	CC	954
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120605658380820480	AD	930

รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1) 60,340 Views

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 2,985 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 540 Views

The screenshot shows two video thumbnails from YouTube. The top video is titled "สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) | HD | CC" and has 2,985 views. The bottom video is titled "สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) AD | HD" and has 540 views. Both videos are from the channel "JSL Global Media".

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,693 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,301 Views

The screenshot shows a Facebook post from JSL Global Media. The post text is in Thai and mentions the documentary series. The post has 1,693 likes and 4 comments. The post includes a link to the YouTube video and a call to action to watch the video.

The screenshot shows another Facebook post from JSL Global Media. The post text is in Thai and mentions the documentary series. The post has 1,301 likes and 8 comments. The post includes a link to the YouTube video and a call to action to watch the video.

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,046 Views

รายละเอียดโพสต์

เพจ: เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Naps (ท) · 20 เมษายน ·

ถ้าเราเสพยาอย่างมีสติ รู้เท่าทันข่าว เราจะไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวนี้แน่นอน

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EDAU34Cz6g...> ดูเพิ่มเติม

YOU1UBE.COM
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) คือสื่อ โดนกรอง และพร้อมรับมือกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่โหมกระพือเข้ามาหาเราทุกมก...

👍 **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 833 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,046 คนที่เข้ามาดู 29 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

13 แชร์ 1 ครั้ง

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🗨

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,046 คนที่เข้าถึง

19 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

18 การถูกใจ	15 คนโพสต์	3 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
1 การแชร์	1 คนโพสต์	0 คนแชร์

10 จำนวนการคลิกโพสต์

1 การดูรูปภาพ	7 การคลิกลิงก์	2 การคลิกมีนา #
---------------	----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ข้อสงสัย	0 ข้อสงสัยทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 66,911 Views

รายละเอียดโพสต์

เพจ: KIKDUU ก็กั๋
เผยแพร่โดย Mo Naps (ท) · 20 เมษายน ·

ถ้าเราเสพยาอย่างมีสติ รู้เท่าทันข่าว เราจะไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวนี้แน่นอน

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EDAU34Cz6g...> ดูเพิ่มเติม

YOU1UBE.COM
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) คือสื่อ โดนกรอง และพร้อมรับมือกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่โหมกระพือเข้ามาหาเราทุกมก...

👍 **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

66,911 คนที่เข้ามาดู 447 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍👍👍 สักขีร์ คาวราช และคนอื่นๆ อีก 257 คน แชร์ 2 ครั้ง

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🗨

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
66,911 คนที่เข้าถึง

267 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

261 ถูกใจ	261 คนโพสต์	0 เลิกการแชร์
2 รักเลย	2 คนโพสต์	0 เลิกการแชร์
1 5 ดาว	1 คนโพสต์	0 เลิกการแชร์
1 5 ดาว	1 คนโพสต์	0 เลิกการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
2 การแชร์	2 คนโพสต์	0 คนแชร์

181 จำนวนการคลิกโพสต์

28 การดูรูปภาพ	90 การคลิกลิงก์	63 การคลิกมีนา #
----------------	-----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

1 ข้อสงสัย	1 ข้อสงสัยทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,619 Views

Post Details

เพจ: PerspectiveTV
Published by Piu ปล่อยพักพิง (ท) · 20 April ·

ถ้าเราเสพยาอย่างมีสติ รู้เท่าทันข่าว เราจะไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวนี้แน่นอน

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EDAU34Cz6g...> See more

YOU1UBE.COM
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) คือสื่อ โดนกรอง และพร้อมรับมือกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่โหมกระพือเข้ามาหาเราทุกมก...

11,619 People reached 178 Engagements [Boost Unavailable](#)

👍👍👍 Jitpaud Vichanpatharakul, Danka Phyo and 19 others 0 shares

👍 Like 🗨 Comment 🗨 Share 🗨

Performance for your post
11,619 People Reached

98 Reactions, comments & shares #

85 Like	80 On Post	5 On Shares
1 Love	1 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
12 Shares	9 On Post	3 On Shares

80 Post Clicks

23 Photo views	36 Link clicks	21 Other Clicks #
----------------	----------------	-------------------

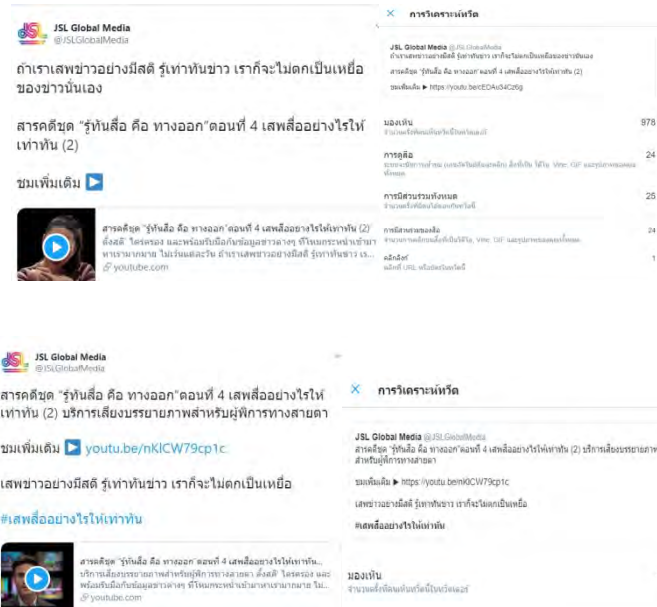
NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post	0 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 978 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 985 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/cEDAu34Cz6g	CC	2,985
YOUTUBE	https://youtu.be/nKlCW79cp1c	AD	540
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156891938433964/	CC	1,693
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156896741798964?__tn__=-R	AD	1,301
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2659473750735162/	CC	2,046
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2726728947354217/	CC	66,911
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/847874205550978?sfns=mo	CC	11,619
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120605436774735874	CC	978
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120605658380820480	AD	985

รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) 89,058 Views

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 5 คนนำสื่อ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,909 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 527 Views

The image shows two YouTube video thumbnails. The top one is titled 'สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ' and has 1,909 views. The bottom one is titled 'สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)' and has 527 views. Both videos are from the channel 'JSL GLOBAL MEDIA' and were uploaded in April 2019.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,295 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 780 Views

The image shows a Facebook post from 'JSL Global Media'. The post includes a video thumbnail and text in Thai. It has 1,295 views and 10 shares. The post also features a table of engagement metrics for the video.

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ		
3	3	0
1	1	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
3	0	3

The image shows another Facebook post from 'JSL Global Media'. The post includes a video thumbnail and text in Thai. It has 760 views and 11 shares. The post also features a table of engagement metrics for the video.

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ		
3	3	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
8	2	6

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 1,384 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas (พ) · 22 เมษายน · 🌐

สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มต้นเข้มแข็งที่ตัวเรา

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/-pdMGOcLg08...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มต้นเข้มแข็งที่ตัวเรา...

✓ **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
ไปรับโทสต์ด้วยงบประมาณ 833 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

1,384 คนที่เข้ามาดู	23 จำนวนการมีส่วนร่วม	โปรโมทโพสต์
---------------------	-----------------------	-----------------------------

7 แชร์ 1 ครั้ง

👍 ถูกใจ 💬 แสดงความคิดเห็น 🗨️ แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,384 คนที่เข้าถึง

9 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

8 การถูกใจ	8 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

14 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	12 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอนโพสต์	0 ชอนโพสต์ถึงหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 57,837 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu ก็กด
เผยแพร่โดย Mo Napas (พ) · 22 เมษายน · 🌐

สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มต้นเข้มแข็งที่ตัวเรา

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/-pdMGOcLg08...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มต้นเข้มแข็งที่ตัวเรา...

✓ **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
ไปรับโทสต์ด้วยงบประมาณ 8970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

57,837 คนที่เข้ามาดู	461 จำนวนการมีส่วนร่วม	โปรโมทโพสต์
----------------------	------------------------	-----------------------------

212 ความเห็น 3 รายการ แชร์ 4 ครั้ง

👍 ถูกใจ 💬 แสดงความคิดเห็น 🗨️ แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

57,837 คนที่เข้าถึง

230 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

221 ถูกใจ	215 ต่อโพสต์	6 ต่อการแชร์
2 ใจว่า	2 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
3 ความคิดเห็น	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
4 การแชร์	4 บนโพสต์	0 บนแชร์

231 จำนวนการคลิกโพสต์

8 การดูรูปภาพ	73 การคลิกลิงก์	150 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

3 ชอนโพสต์	4 ชอนโพสต์ถึงหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 8,840 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by พิ มนต์สิน (พ) · 22 April · 🌐

สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มต้นเข้มแข็งที่ตัวเรา

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/-pdMGOcLg08...> See more

YOU TUBE.COM
สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มต้นเข้มแข็งที่ตัวเรา มาช่วยกันสร้างสรรคดีสื่อ...

8,840 People reached	164 Engagements	Boost Unavailable
----------------------	-----------------	-----------------------------------

3 shares

Performance for your post

8,840 People Reached

63 Likes, Comments & Shares #

59 Likes	59 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
4 Shares	3 On Post	1 On Shares

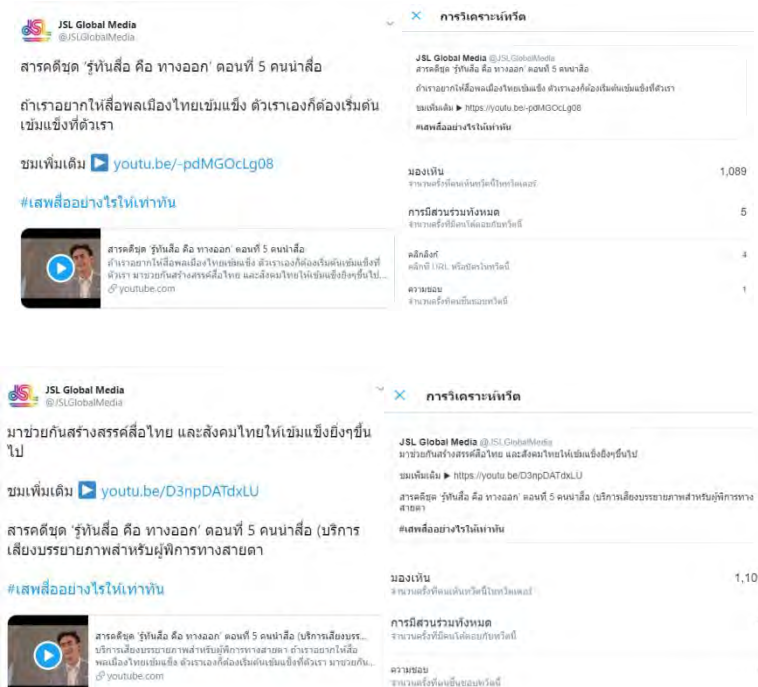
101 Post Clicks

8 Photo views	21 Link clicks	72 Other clicks #
---------------	----------------	-------------------

NEGATIVE FEEDBACK

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 1,089 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,101 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/-pdMGQcLg08	CC	1,909
YOUTUBE	https://youtu.be/D3npDATdxLU	AD	527
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156896693503964?_tn__=-R	CC	1,295
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156896771323964?_tn__=-R	AD	760
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2663037760378761/	CC	1,384
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2730301830330262/	CC	57,837
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/849111708760561?sfns=mo	CC	8,840
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120220967186251777	CC	1,089
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120605804980125696	AD	1,101

รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 5 คนนำสื่อ 74,742 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 496 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,452 Views

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา [HD] CC
Feb 21, 2019 7:14 PM
496 views

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) [HD]
Mar 12, 2019 7:37 AM
1,452 views

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,013 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,159 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เจ และ โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas 19 · 20 มีนาคม · 🌐

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/LqG2kd3B1Q>
#เสิร์ฟอย่างไรให้เก่งทัน

YouTube.com
TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา
รายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา
พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร และข่าว คิคมรายการ และ
แสดงความคิดเห็น ฟ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
ไปไหนโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,013 คนที่เข้ามาดู 12 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปที่โพสต์](#)

เจ เจ และ Kannika Nualnoi

ปฏิกิริยา: ถูกใจ, แสดงความคิดเห็น, แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,013 คนที่เข้าถึง

2 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

2 การถูกใจ	2 มั่นใจ	0 แชร์
0 ความคิดเห็น	0 มั่นใจ	0 แชร์
0 การแชร์	0 มั่นใจ	0 แชร์

10 จำนวนการคลิกโพสต์

2 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	7 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติมีการรายงานอาจจะมีบ้างจากสิ่งที่ไม่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓ · 20 มีนาคม เวลา 18:00 น. · ๑ · ๑

TV Scoop ตอนที่ 1 เียนโซเซนา (บริการเลือกรายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/04sacvHGx0>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 1 เียนโซเซนา (บริการเลือกรายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ดูรายการที่วิชั่นหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,159 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Kannika Nualnoi

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,159 คนที่เข้าถึง

1 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

1 การถูกใจ	1 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

7 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	3 การคลิกลิงก์	4 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ
0 ขอนโพสต์ 0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 1,578 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓ · 20 มีนาคม · ๑

TV Scoop ตอนที่ 1 เียนโซเซนา
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/LqG2kd3B1Q>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 1 เียนโซเซนา
ดูรายการที่วิชั่นหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร แนะนำ ดึงรายการ และ แสดงความคิดเห็น ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

1,578 คนที่เข้ามาดู 42 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Pleum Nattaya, Taranee Phoolphan และคนอื่นๆ อีก 6 คน

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,578 คนที่เข้าถึง

9 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

8 ถูกใจ	8 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 ง่าย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

33 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	7 การคลิกลิงก์	26 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ
0 ขอนโพสต์ 0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 38,716 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu คีคดู
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓ · 20 มีนาคม · ๑

TV Scoop ตอนที่ 1 เียนโซเซนา
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/LqG2kd3B1Q>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 1 เียนโซเซนา
ดูรายการที่วิชั่นหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร แนะนำ ดึงรายการ และ แสดงความคิดเห็น ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

38,716 คนที่เข้ามาดู 604 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

156 ความคิดเห็น 1 รายการ แชร์ 2 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
38,716 คนที่เข้าถึง

170 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

165 ถูกใจ	164 ต่อโพสต์	1 ต่อการแชร์
2 รักเลย	2 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 ความคิดเห็น	1 บนโพสต์	0 บนแชร์
2 การแชร์	2 บนโพสต์	0 บนแชร์

434 จำนวนการคลิกโพสต์

1 การดูรูปภาพ	123 การคลิกลิงก์	310 การคลิกอื่นๆ #
---------------	------------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ
0 ขอนโพสต์ 1 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 6,206 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by ทีม เพลิดเพลินกับทีวี (T) · 20 March · 🌐

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโรฆณา

ชมเพิ่มเติม [▶ https://youtu.be/LqGi2kd3B1Q](https://youtu.be/LqGi2kd3B1Q)

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน... See more

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโรฆณา
รายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร และนำ สัมภาษณ์ และแสดงความคิดเห็น...

6,206 People reached 237 Engagements Boost Unavailable

Performance for your post

6,206 People Reached

27 Likes, Comments & Shares

26 Likes	26 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
1 Shares	1 On Post	0 On Shares

210 Post Clicks

45 Photo views	25 Link clicks	140 Other Clicks
----------------	----------------	------------------

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 745 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 784 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโรฆณา

ชมเพิ่มเติม [▶ youtu.be/LqGi2kd3B1Q](https://youtu.be/LqGi2kd3B1Q)

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

มองเห็น
จำนวนครั้งที่คนพิมพ์ทวีตในทวีตเดือร์ 745

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโรฆณา

ชมเพิ่มเติม [▶ youtu.be/04sacvHgXo](https://youtu.be/04sacvHgXo)

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน <https://youtu.be/04sacvHgXo>

มองเห็น
จำนวนครั้งที่คนพิมพ์ทวีตในทวีตเดือร์ 784

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/LqGi2kd3B1Q	CC	496
YOUTUBE	https://youtu.be/04sacvHqXo	AD	1,452
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156821600448964/	CC	1,013
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156821872708964/	AD	1,159
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2608153405867197/	CC	1,578
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2675932689100510/	CC	38,716
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/829880044017061?sfns=mo	CC	6,206
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1108303741856305152	CC	745
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1108347830798700544	AD	784

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา 52,149 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 342 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 336 Views

The image shows two YouTube video entries. The top entry is titled 'TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ' with a duration of 1:01, published on Feb 21, 2019, at 8:52 PM. It has 342 views and 0 likes. The bottom entry is titled 'TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)' with a duration of 1:01, published on Mar 12, 2019, at 7:55 AM. It has 336 views and 3 likes. Both entries have an 'Edit' button.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,372 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1.370 Views

The image shows a Facebook post from JSL Global Media. The post text includes 'TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ' and a link to the YouTube video. It has 1,372 likes and 8 comments. The post also features a 'Like' button and a 'Comment' button. The right side of the image shows a 'Like' button and a 'Comment' button.

The image shows a Facebook post from JSL Global Media. The post text includes 'TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)' and a link to the YouTube video. It has 1,370 likes and 6 comments. The post also features a 'Like' button and a 'Comment' button. The right side of the image shows a 'Like' button and a 'Comment' button.

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 1,862 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 20 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/iz3uWLI5GU0>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ดูรายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร แนะนำ ติดตามรายการ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

1,862 คนที่เข้ามาดู 50 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

11

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,862 คนที่เข้าถึง

11 การถูกใจ 11 ความคิดเห็น 0 แชร์

11 การถูกใจ 11 ความคิดเห็น 0 แชร์

0 ความคิดเห็น 0 แชร์

0 การแชร์ 0 แชร์

39 จำนวนการคลิกโพสต์

1 การดูรูปภาพ 8 การคลิกลิงก์ 30 การคลิกอื่นๆ

ความคิดเห็นเชิงลบ
0 ชอนโพสต์ 0 รายงานว่าเป็นสแปม
0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 42,896 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิกดู
เผยแพร่โดย Mo Napas · 20 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/iz3uWLI5GU0>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ดูรายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร แนะนำ ติดตามรายการ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

42,896 คนที่เข้ามาดู 450 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

ถูกใจ 173 คน แชร์ 2 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
42,896 คนที่เข้าถึง

191 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์

182 ถูกใจ 177 ต่อโพสต์ 5 ต่อการแชร์

2 รักเลียด 2 ต่อโพสต์ 0 ต่อการแชร์

4 ความคิดเห็น 0 บนโพสต์ 4 บนแชร์

3 การแชร์ 2 บนโพสต์ 1 บนแชร์

259 จำนวนการคลิกโพสต์

4 การดูรูปภาพ 60 การคลิกลิงก์ 195 การคลิกอื่นๆ

ความคิดเห็นเชิงลบ
2 ชอนโพสต์ 3 ชอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 10,380 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by ทีม เภสัชสัมพันธ์ · 29 March ·

TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/iz3uWLI5GU0>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน... See more

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ดูรายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร แนะนำ ติดตามรายการ...

10,380 People reached 254 Engagements [Boost Unavailable](#)

Performance for your post
10,380 People Reached

60 Likes, Comments & Shares

39 Likes 39 On Post 0 On Shares

0 Comments 0 On Post 0 On Shares

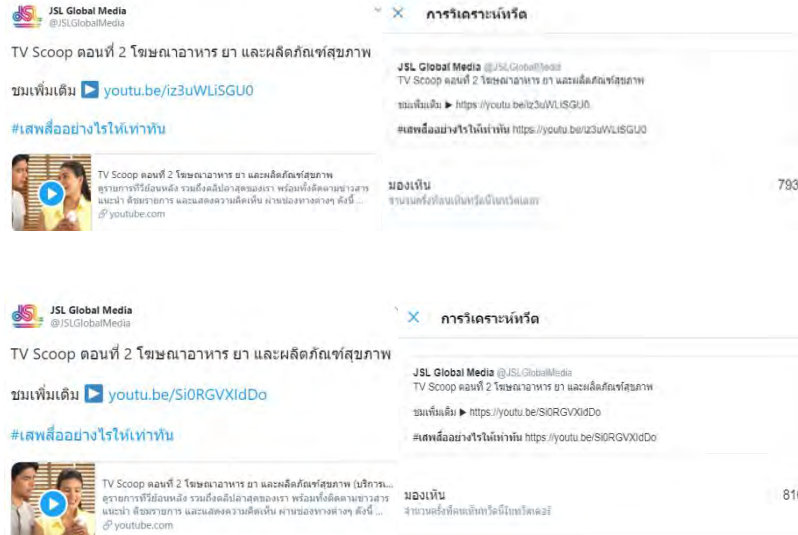
21 Shares 13 On Post 8 On Shares

194 Post Clicks

42 Photo views 29 Link clicks 123 Other Clicks

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 793 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 816 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	"https://youtu.be/iz3uWLiSGU0	CC	342
YOUTUBE	https://youtu.be/Si0RGVXldDo	AD	336
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156821604343964	CC	1,372
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156821874748964/	AD	1,370
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2608157842533420/	CC	1,862
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2675936555766790/	CC	42,896
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/829881380683594?sfns=mo	CC	10,380
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1108352572748759041	CC	793
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1108367627959726080	AD	816

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ 60,167 Views

ทีวี สกู๊ป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,359 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,926 Views

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง | HD | CC
Feb 21, 2019 9:33 PM
1,359 views | 22 likes | 2 comments

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) | HD
Mar 12, 2019 7:59 AM
1,926 views | 16 likes | 6 comments

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,266 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,353 Views

รายละเอียดโพสต์
JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 27 มีนาคม เวลา 13:00 น. · ๑-๑
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ถ้าโพสต์ผิดใครตรงๆ ใครจะบอกอะไรหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนนี้ในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม
#ข่าวลวง #เสียดสีการเมืองไทยเท่านั้น

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ซึ่งจุดประสงค์ของข่าวนี้คือความบันเทิงและการสร้างความตื่นตัว และอาจนำไปสู่การมีรายได้ให้กับผู้ผลิต

ตั้งยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้โพสต์ด้วยงบประมาณ \$300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 6,200 คน

1,266 คนที่เข้ามาดู 11 จำนวนการมีส่วนร่วม ไปในโพสต์

Chaiwat Chatthong, นภัช ขาว และคนอื่นๆ อีก 2 คน

ดูใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,266 คนที่เข้าใจ
4 การถูกใจ 4 แชร์โพสต์ 0 ความคิดเห็น
0 ความคิดเห็น 0 แชร์โพสต์ 0 แชร์
0 การแชร์ 0 แชร์โพสต์ 0 แชร์

7 จำนวนการคลิกโพสต์
0 การดูภาพ 1 การคลิกวิดีโอ 5 การคลิกอื่นๆ

ความคิดเห็นเชิงลบ
0 แชร์โพสต์ 0 แชร์โพสต์ที่พาดพิง
0 จำนวนการเป็นสมาชิก 0 คลิกดูโพสต์

สถิตินี้มีการรายงานเวลาจริง ซึ่งอาจต่างไปจากข้อมูลโพสต์

รายละเอียดโพสต์
JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 27 มีนาคม เวลา 18:00 น. · ๑-๑
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
โพสต์นี้คือใครตรงๆ ใครจะบอกอะไรหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนนี้ในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม
#ข่าวลวง #เสียดสีการเมืองไทยเท่านั้น

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ซึ่งจุดประสงค์ของข่าวนี้คือความบันเทิงและการสร้างความตื่นตัว

ตั้งยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้โพสต์ด้วยงบประมาณ \$300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 6,200 คน

1,353 คนที่เข้ามาดู 10 จำนวนการมีส่วนร่วม ไปในโพสต์

สม สารพร, Kamkha Nualnoi และคนอื่นๆ อีก 2 คน

ดูใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,353 คนที่เข้าใจ
4 การถูกใจ 4 แชร์โพสต์ 0 ความคิดเห็น
0 ความคิดเห็น 0 แชร์โพสต์ 0 แชร์
0 การแชร์ 0 แชร์โพสต์ 0 แชร์

6 จำนวนการคลิกโพสต์
0 การดูภาพ 1 การคลิกวิดีโอ 5 การคลิกอื่นๆ

ความคิดเห็นเชิงลบ
0 แชร์โพสต์ 0 แชร์โพสต์ที่พาดพิง
0 จำนวนการเป็นสมาชิก 0 คลิกดูโพสต์

สถิตินี้มีการรายงานเวลาจริง ซึ่งอาจต่างไปจากข้อมูลโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,723 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๗ · 27 มีนาคม เวลา 13:00 น. · ๑ · ๑

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ถ้าใช้สติคิดใคร่ครวญให้รอบคอบก่อนจะเชื่อและกระจายข่าว เท่ากับเรามีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม
#ข่าวลวง #เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความตื่นตระหนก และอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในสิ่ง...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 833 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,723 คนที่เข้ามาดู 52 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

13 [แสดงความคิดเห็น](#) แชร์ 2 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,723 คนที่เข้าถึง

19 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

16 ถูกใจ	12 คือโพสต์	4 คือการแชร์
1 รักเลย	1 คือโพสต์	0 คือการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
2 การแชร์	2 บนโพสต์	0 บนแชร์

33 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	10 การคลิกลิงก์	23 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ข้อบ่งชี้	0 ข้อบ่งชี้ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 37,066 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิ๊กดู๋
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๗ · 27 มีนาคม เวลา 13:00 น. · ๑ · ๑

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ถ้าใช้สติคิดใคร่ครวญให้รอบคอบก่อนจะเชื่อและกระจายข่าว เท่ากับเรามีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม
#ข่าวลวง #เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความตื่นตระหนก และอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในสิ่ง...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

37,066 คนที่เข้ามาดู 396 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

152 [แสดงความคิดเห็น](#) แชร์ 1 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
37,066 คนที่เข้าถึง

155 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

152 ถูกใจ	152 คือโพสต์	0 คือการแชร์
1 รักเลย	1 คือโพสต์	0 คือการแชร์
1 ความคิดเห็น	1 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

241 จำนวนการคลิกโพสต์

4 การดูรูปภาพ	78 การคลิกลิงก์	159 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

1 ข้อบ่งชี้	1 ข้อบ่งชี้ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 7,437 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by ทัศน วัฒนเมธีวิท (P) · 27 March at 13:00 · ๑ · ๑

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ถ้าใช้สติคิดใคร่ครวญให้รอบคอบก่อนจะเชื่อและกระจายข่าว เท่ากับเรามีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม
<https://youtu.be/0S5u8aQrmfFw>... See more

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความตื่นตระหนก และอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในสิ่ง...

7,437 People reached 187 Engagements [Boost Unavailable](#)

[Thananodom Kitatsak Tangmethakul, Sukanya Wiangsin and 42 others](#) · 1 share

Performance for your post
7,437 People Reached

45 Reactions, comments & shares #

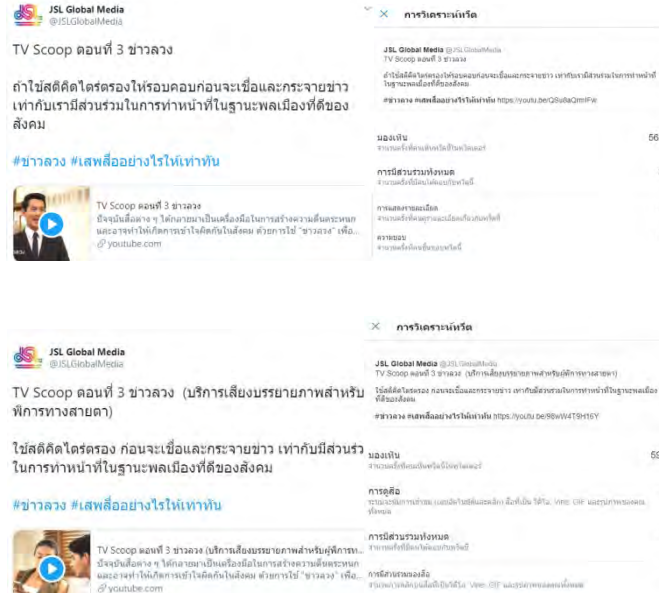
43 Like	43 On post	0 On shares
1 Love	1 On post	0 On shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
1 Shares	1 On Post	0 On Shares

142 Post Clicks

27 Photo views	28 Link clicks	87 Other Clicks #
----------------	----------------	-------------------

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 563 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 591 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/QSu8aQrmlFw	CC	1,359
YOUTUBE	https://youtu.be/98wW4T9H16Y	AD	1,926
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839539033964?__tn__=-R	CC	1,266
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839545288964?__tn__=-R	AD	1,353
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2621181894564348?__tn__=-R	CC	2,723
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2688922807801498?__tn__=-R	CC	37,066
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/834307320241000?sfns=mo	CC	7,437
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111183684999077888	CC	563
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111236544050790400	AD	591

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง 54,284 Views

ทีวี สกู๊ป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 4 เเคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์

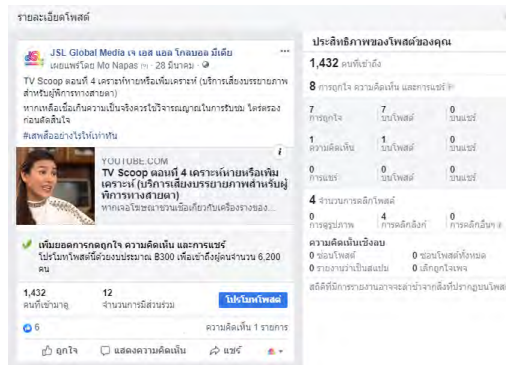
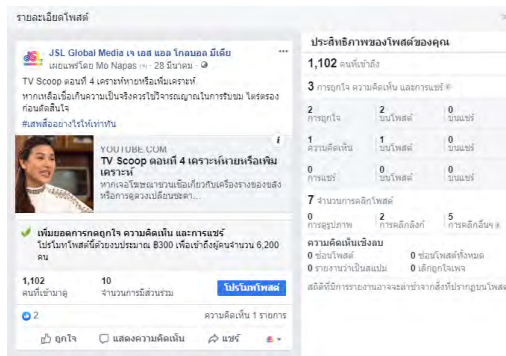
YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 571 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 332 Views



FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,102 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,432 Views



FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,967 Views

รายละเอียดโพสต์

เจ๊ะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 28 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 4 เกราะท้ายหรือเข็มเคราะห
หากเห็นถึงความจำเป็นจึงควรใช้วิจารณญาณในการรับชม โปรดระ
กอบสติจิตใจ
#เสทสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 4 เกราะท้ายหรือเข็ม
เคราะห
หากเจอโฆษณาชวนเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง
หรือการดูดวงเปลี่ยนชะตา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 833 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,967 คนที่เข้ามาดู 58 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปที่โพสต์](#)

Pleum Nattaya, Chalee Dangparsert และคนอื่นๆ อีก 11 คน

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,967 คนที่เข้าถึง

13 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

13 การถูกใจ	13 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

45 จำนวนการคลิกโพสต์

2 การดูรูปภาพ	18 การคลิกลิงก์	25 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

1 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่เท่ากับสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 45,202 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu คิกดู
เผยแพร่โดย Mo Napas · 28 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 4 เกราะท้ายหรือเข็มเคราะห
หากเห็นถึงความจำเป็นจึงควรใช้วิจารณญาณในการรับชม โปรดระ
กอบสติจิตใจ
#เสทสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 4 เกราะท้ายหรือเข็ม
เคราะห
หากเจอโฆษณาชวนเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง
หรือการดูดวงเปลี่ยนชะตา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

45,202 คนที่เข้ามาดู 380 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปที่โพสต์](#)

โธ่ แมนู, Orj Piyavak และคนอื่นๆ อีก 156 คน แชร์ 1 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
45,202 คนที่เข้าถึง

160 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

158 ถูกใจ	158 ล้อโพสต์	0 ล้อการแชร์
1 รักเลย	1 ล้อโพสต์	0 ล้อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

220 จำนวนการคลิกโพสต์

8 การดูรูปภาพ	81 การคลิกลิงก์	131 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

2 ขอนโพสต์	4 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่เท่ากับสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 9,203 Views

Post Details

PerspectiveTV
28 March

TV Scoop ตอนที่ 4 เกราะท้ายหรือเข็มเคราะห
หากเห็นถึงความจำเป็นจึงควรใช้วิจารณญาณในการรับชม โปรดระ
กอบสติจิตใจ
#เสทสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 4 เกราะท้ายหรือเข็ม
เคราะห
หากเจอโฆษณาชวนเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง หรือ
การดูดวงเปลี่ยนชะตา ละแล้วเคราะหที่ลือลือชีวิตดี...

9,203 People reached 145 Encouragements

Reported stats may be delayed from what appears on posts

Performance for your post

9,203 People Reached

36 Likes, Comments & Shares #

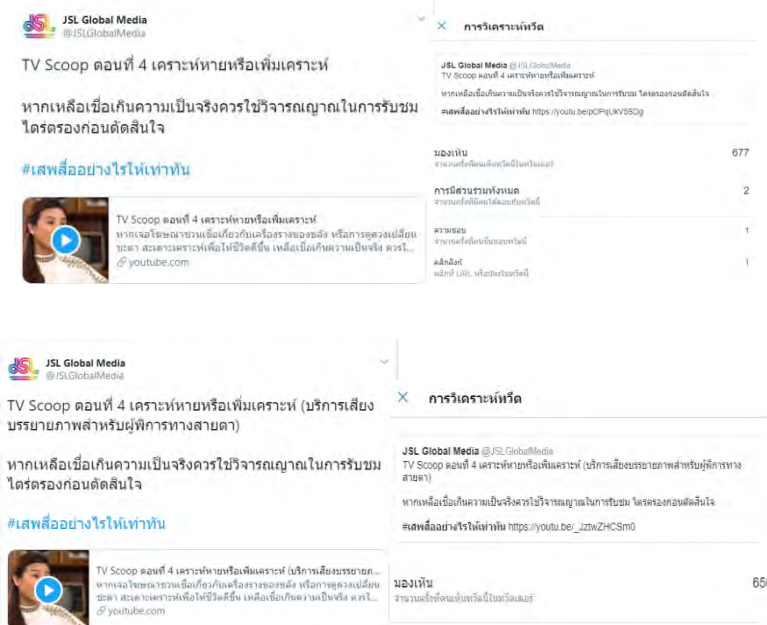
34 Likes	34 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
2 Shares	2 On Post	0 On Shares

109 Post Clicks

16 Photo views	36 Link clicks	57 Other Clicks #
----------------	----------------	-------------------

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 677 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 650 Views



สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/pOPqUkV5SDg	CC	571
YOUTUBE	https://youtu.be/_jztwZHCSm0	AD	332
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839968073964?__tn__=-R	CC	1,102
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839966078964?__tn__=-R	AD	1,432
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2621539441195260?__tn__=-R	CC	2,967
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2689302811096831?__tn__=-R	CC	45,202
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/834458150225917?sfns=mo	CC	9,203
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111258759928545286	CC	650
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111258087178919940	AD	677

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ 62,136 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 578 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 261 Views

The image shows two YouTube video thumbnails. The top one is titled 'TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ' with 578 views and was published on Feb 21, 2019. The bottom one is titled 'TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)' with 261 views and was published on Mar 12, 2019. Both videos are from the channel 'JSL GLOBAL MEDIA'.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 720 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 797 Views

The image shows two Facebook posts from the page 'JSL Global Media'. The top post is about 'TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ' and has 720 likes and 9 comments. The bottom post is about 'TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)' and has 797 likes and 10 comments. Both posts include a video thumbnail and a link to the YouTube content.

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 3,615 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 2 เมษายน · ๑

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับชมสื่อ ทำให้อ่านเรื่องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับ จะได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/599O3BpPNuM...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับชมสื่อ ๑ ทำให้อ่านเรื่องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับ ว่าสื่อชั้น ๆ มีความ...

เพิ่มยอดการดูถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

3,515 คนที่เข้ามาดู 59 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

๑๓ แชร์ 1 ครั้ง

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
3,515 คนที่เข้าถึง

15 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

13 การถูกใจ	13 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
2 การแชร์	1 บนโพสต์	1 บนแชร์

44 จำนวนการคลิกโพสต์

8 การดูรูปภาพ	14 การคลิกลิงก์	22 การคลิกอื่น ๆ #
---------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ
0 ขอนโพสต์ 0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 50,597 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิ๊กดู๋
เผยแพร่โดย Mo Napas · 2 เมษายน · ๑

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับชมสื่อ ทำให้อ่านเรื่องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับ จะได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/599O3BpPNuM...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับชมสื่อ ๑ ทำให้อ่านเรื่องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับ ว่าสื่อชั้น ๆ มีความ...

เพิ่มยอดการดูถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

50,597 คนที่เข้ามาดู 498 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

๑๗๕ แชร์ 1 ครั้ง

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
50,597 คนที่เข้าถึง

181 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

179 ถูกใจ	179 คือโพสต์	0 คือการแชร์
1 ว้าว	1 คือโพสต์	0 คือการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

317 จำนวนการคลิกโพสต์

7 การดูรูปภาพ	52 การคลิกลิงก์	258 การคลิกอื่น ๆ #
---------------	-----------------	---------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ
2 ขอนโพสต์ 4 รายงานว่าเป็นสแปม 0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,795 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by ทีม เมล็ดเปลือก (P) · 2 April · ๑

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับชมสื่อ ทำให้อ่านเรื่องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับ จะได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/599O3BpPNuM...> See more

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับชมสื่อ ๑ ทำให้อ่านเรื่องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับ ว่าสื่อชั้น ๆ มีความ...

11,795 294 [Boost Unavailable](#)

Performance for your post
11,795 People Reached

80 Likes, Comments & Shares #

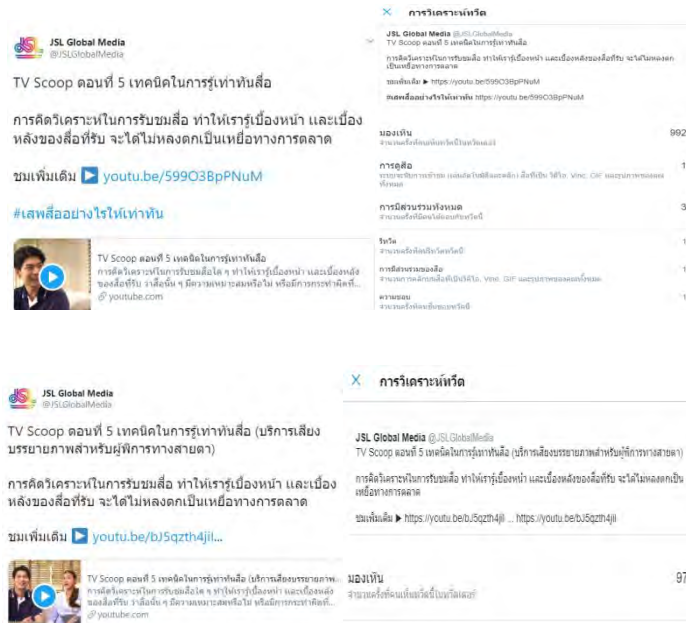
63 Likes	63 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
17 Shares	13 On Post	4 On Shares

214 Post Clicks

36 Photo views	22 Link clicks	156 Other Clicks #
----------------	----------------	--------------------

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 992 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 975 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/599O3BpNuM	CC	578
YOUTUBE	https://youtu.be/bJ5qzth4jil	AD	261
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://web.facebook.com/158003398963/posts/10156850642063964/	CC	720
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://web.facebook.com/158003398963/posts/10156850677733964/	AD	797
FACEBOOK JOHJAI	https://web.facebook.com/125736337442262/posts/2629412420407962/h	CC	3,615
FACEBOOK KIKDUU	https://web.facebook.com/166318706728600/posts/2697068280320284/	CC	50,597
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/837240986614300?sfns=mo	CC	11,795
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1112957870587305985	CC	992
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113018261329739778	AD	975

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ 70,330 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 406 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 417 Views

The image shows two YouTube video thumbnails. The top one is titled 'TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ' with 'HD' and 'CC' icons, dated Feb 21, 2019 11:14 PM, and has 406 views. The bottom one is titled 'TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)' with 'HD' icon, dated Mar 12, 2019 8:12 AM, and has 417 views. Both thumbnails feature a man in a suit and the 'EOT' logo.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 863 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 826 Views

The screenshot shows a Facebook post from 'JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย'. The post text includes: 'เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเรากำลังกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้', 'TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ', and a link to the YouTube video. It also mentions 'เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์' and 'โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน'. The post has 863 likes, 22 shares, and 6 comments. The right sidebar shows engagement statistics for the post.

The screenshot shows a Facebook post from 'JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย'. The post text includes: 'เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ...', 'TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)', and 'เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์'. It also mentions 'โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน'. The post has 826 likes, 11 shares, and 3 comments. The right sidebar shows engagement statistics for the post.

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,645 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 4 เมษายน · 0

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EBuwHdFknWE...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ
เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

เพิ่มยอดการถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,645 คนที่เข้ามาดู 72 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

14 แชร์ 1 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,645 คนที่เข้าถึง

16 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

15 การถูกใจ	15 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

56 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	8 การคลิกลิงก์	48 การคลิกอื่น ๆ
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอห์นโพสต์	0 ชอห์นโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 48,392 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิ๊กดู๋
เผยแพร่โดย Mo Napas · 4 เมษายน · 0

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EBuwHdFknWE...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ
เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

เพิ่มยอดการถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

48,392 คนที่เข้ามาดู 650 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

239 แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
48,392 คนที่เข้าถึง

244 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์

242 ถูกใจ	242 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
2 รัทเสย	2 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

406 จำนวนการคลิกโพสต์

13 การดูรูปภาพ	88 การคลิกลิงก์	305 การคลิกอื่น ๆ
----------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

3 ชอห์นโพสต์	1 ชอห์นโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 10,805 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by ทัศนศิลป์ทีวี | 4 April · 0

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EBuwHdFknWE...> See more

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ
เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

10,805 People reached 239 Engagements [Boost Unavailable](#)

Performance for your post
10,805 People Reached

73 Likes, Comments & Shares

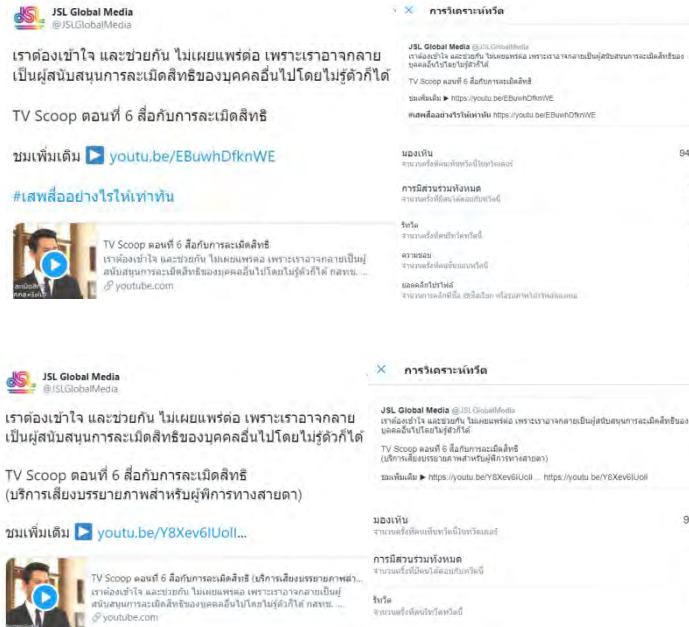
66 Likes	65 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
8 Shares	6 On Post	2 On Shares

166 Post Clicks

14 Photo views	16 Link clicks	136 Other Clicks
----------------	----------------	------------------

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 9402 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 975 Views



สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/EBuwHdFknWE	CC	406
YOUTUBE	https://youtu.be/Y8Xev6IUoII	AD	477
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156855960408964/	CC	863
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156855971953964/	AD	826
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2633092830039921/	CC	2,645
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2700711709955941/	CC	48,392
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/838496613155404?sfns=mo	CC	10,805
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113773240395034625	CC	940
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113783299086868481	AD	961

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ 66,315 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 518 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 214 Views

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
[HD] [CC]
Feb 21, 2019 11:48 PM
518 views

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) [HD]
Mar 12, 2019 8:17 AM
214 views

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1670 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,432 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas 9 เมษายน · ๑

การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์ไลค์คนอื่น อยู่ตรงไหน ครั้นมันแบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้า อาจใช้เป็นข้อมูลในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
ชมเพิ่มเติม https://youtu.be/ZI_8Q1hHdhw... ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์ไลค์คนอื่น อยู่ตรงไหน ครั้นมันแบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้า...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,670 คนที่เข้ามาดู 32 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

ณัฐพล พลธานี, Kannika Nualnoi และ ธิธนา สุริยงชัย

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas 9 เมษายน · ๑

การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์ไลค์คนอื่น อยู่ตรงไหน ครั้นมันแบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้า อาจใช้เป็นข้อมูลในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์ไลค์คนอื่น...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,432 คนที่เข้ามาดู 7 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Gullida Udamsuwam, Kannika Nualnoi และ ณัฐพล พลธานี

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,670 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

29 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	0 การคลิกลิงก์	29 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,432 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

4 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	3 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,693 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 9 เมษายน ·

การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีรู้เข้า อาจใช้เป็นข้อมูลในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ชมเพิ่มเติม https://youtu.be/Zl_8Q1hHdnw... ดูเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีรู้เข้า...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ B33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,693 คนที่เข้ามาดู 113 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

21 ความคิดเห็น แชร์ 4 ครั้ง

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,693 คนที่เข้าถึง

33 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

29 การถูกใจ	25 บนโพสต์	4 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
4 การแชร์	4 บนโพสต์	0 บนแชร์

80 จำนวนการคลิกโพสต์

4 การดูรูปภาพ	18 การคลิกลิงก์	58 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 61,587 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิ๊กดู๋
เผยแพร่โดย Mo Napas · 9 เมษายน ·

การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีรู้เข้า อาจใช้เป็นข้อมูลในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ชมเพิ่มเติม https://youtu.be/Zl_8Q1hHdnw... ดูเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีรู้เข้า...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ B970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

61,587 คนที่เข้ามาดู 833 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

369 ความคิดเห็น 2 รายการ แชร์ 6 ครั้ง

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
61,587 คนที่เข้าถึง

393 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

381 ถูกใจ	374 คือโพสต์	7 คือการแชร์
4 รักร้อย	4 คือโพสต์	0 คือการแชร์
2 ความคิดเห็น	2 บนโพสต์	0 บนแชร์
6 การแชร์	6 บนโพสต์	0 บนแชร์

440 จำนวนการคลิกโพสต์

1 การดูรูปภาพ	108 การคลิกลิงก์	331 การคลิกอื่นๆ #
---------------	------------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

3 ขอนโพสต์	6 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,802 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by ทีม มัลติแพลตฟอร์ม | 9 April ·

การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีรู้เข้า อาจใช้เป็นข้อมูลในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ชมเพิ่มเติม https://youtu.be/Zl_8Q1hHdnw... See more

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีรู้เข้า อาจ...

11,802 People reached 369 Engagements [Boost Unavailable](#)

92 Reactions 1 Comment 12 shares

Performance for your post
11,802 People Reached

110 Reactions, comments & shares #

95 Like	93 On post	2 On Names
1 Love	1 On post	0 On shares
2 Comments	2 On Post	0 On Shares
12 Shares	12 On Post	0 On Shares

259 Post Clicks

42 Photo views	27 Link clicks	190 Other Clicks #
----------------	----------------	--------------------

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 809 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,025 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Zi_8Q1hHdnw	CC	518
YOUTUBE	https://youtu.be/uuoZa0lXPM	AD	214
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156867296563964/	CC	1,670
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156867306048964/	AD	1,432
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2641264379222766/	CC	2,693
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2708211555872623/	CC	61,587
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/841304799541252?sfns=mo	CC	11,802
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1115487022909550593	CC	809
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1115524806810595328	AD	1,025

รวมยอด Views ของ **TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ** 81,750 Views

ทีวี สกู๊ป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,702 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 628 Views

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน [HD] CC Feb 22, 2019 12:35 AM 1,702 views 12 likes 5 comments

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) [HD] Mar 12, 2019 8:21 AM 628 views 4 likes 0 comments

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,664 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,652 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย เผยแพร่โดย Mo Napas 11 เมษายน

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

อย่าขี้ใจเนือข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/Uky5hFRdl...> ดูเพิ่มเติม

YouTube.COM TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

อย่าขี้ใจเนือข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,664 คนที่เข้ามาดู 18 จำนวนการมีส่วนร่วม

Wansweet Wan, Tom Bancha และ Kannika Nualnoi

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย เผยแพร่โดย Mo Napas 11 เมษายน

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

อย่าขี้ใจเนือข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/CEcsXivTVSA...> ดูเพิ่มเติม

YouTube.COM TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

อย่าขี้ใจเนือข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,652 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม

Tom Bancha และ Kannika Nualnoi

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 1,977 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas 11 เมษายน ·

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าปักใจเชื่อข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบ
ด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/Ukly5hFRdl...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าปักใจเชื่อข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ...

เพิ่มยอดการคลิกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 833 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

1,977 คนที่เข้ามาดู	50 จำนวนการมีส่วนร่วม	โปรโมทโพสต์
---------------------	-----------------------	-----------------------------

[Pleum Nattaya](#), [ฐิติรัชย์ อธิชาชวนนท์](#) และคนอื่นๆ อีก 7 คน

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,977 คนที่เข้าถึง

11 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

11 การถูกใจ	11 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

39 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	11 การคลิกลิงก์	28 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ
0 ขอนโพสต์ 0 รายงานว่าเป็นสแปม
0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 51,226 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิ๊กดู๋
เผยแพร่โดย Mo Napas 11 เมษายน ·

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าปักใจเชื่อข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบ
ด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/Ukly5hFRdl...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าปักใจเชื่อข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ...

เพิ่มยอดการคลิกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

51,226 คนที่เข้ามาดู	709 จำนวนการมีส่วนร่วม	โปรโมทโพสต์
----------------------	------------------------	-----------------------------

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#) [1 ครั้ง](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
51,226 คนที่เข้าถึง

227 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

225 ถูกใจ	224 ล้อโพสต์	1 ต่อการแชร์
1 ใจเสียบ	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

482 จำนวนการคลิกโพสต์

10 การดูรูปภาพ	76 การคลิกลิงก์	396 การคลิกอื่นๆ #
----------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ
3 ขอนโพสต์ 4 รายงานว่าเป็นสแปม
0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,127 Views

Performance for your post

PerspectiveTV
Published by ทีม เปรสเปกทีฟ (P) 11 April ·

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าปักใจเชื่อข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อน
ว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/Ukly5hFRdl...> See more

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าปักใจเชื่อข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือ...

11,127 People reached	234 Engagements	Boost Unavailable
-----------------------	-----------------	-----------------------------------

11,127 People Reached

53 Likes, Comments & Shares #

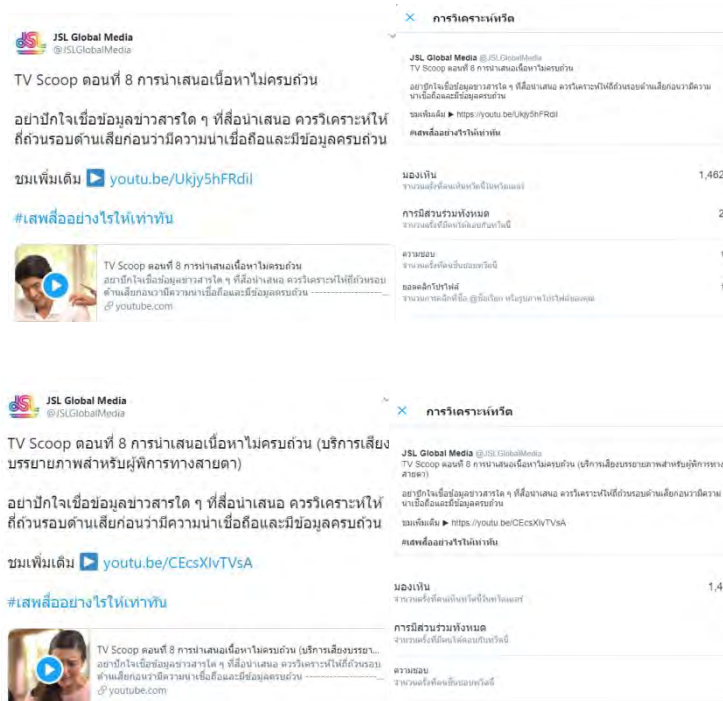
46 Likes	46 On Post	0 On Shares
1 Comments	1 On Post	0 On Shares
6 Shares	4 On Post	2 On Shares

181 Post Clicks

36 Photo views	17 Link clicks	128 Other Clicks #
----------------	----------------	--------------------

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 1,462 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,467 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Ukky5hFRdil	CC	1,702
YOUTUBE	https://youtu.be/CEcsXlvTVsA	AD	628
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156872204258964/	CC	1,664
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156872218173964/	AD	1,652
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2644876988861505/	CC	1,977
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2711833582177087/	CC	51,226
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/842610746077324?sfns=mo	CC	11,127
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1116545083677925377	CC	1,462
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1116545226540142592	AD	1,467

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน 71,253 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,261 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 2,548 Views

The image shows two YouTube video thumbnails. The top one is for 'TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (HD) | CC' uploaded on Feb 22, 2019, with 1,261 views and 3 likes. The bottom one is for 'TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (AD) | HD' uploaded on Mar 12, 2019, with 2,548 views and 12 likes. Both videos are from the channel 'JSL Global Media'.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,227 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,164 Views

The image shows two Facebook posts from the page 'JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย'. The top post is for 'TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ' with 1,227 likes and 5 comments. The bottom post is for 'TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (AD)' with 1,164 likes and 6 comments. Both posts include a video thumbnail and a link to the YouTube video. The right side of the image shows the 'ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ' (Post Performance) section for each post, displaying metrics for reach, engagement, and shares.

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,792 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 16 เมษายน · 0 · 0

รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกสื่ออย่างรู้เท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/QbmDe5SRUrw...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกสื่ออย่างรู้เท่าทัน...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,792 คนที่เข้ามาดู 48 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Pleum Nattaya, Tom Sarat และคนอื่นอีก 8 คน

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,792 คนที่เข้าถึง

10 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

10 การถูกใจ	10 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

38 จำนวนการคลิกโพสต์

6 การดูรูปภาพ	7 การคลิกลิงก์	25 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ซ่อนโพสต์	0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด	0 เลิกถูกใจเพจ
-------------	---------------------	--------------------	----------------

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 52,954 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิกดู
เผยแพร่โดย Mo Napas · 16 เมษายน · 0 · 0

รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกสื่ออย่างรู้เท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/QbmDe5SRUrw...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกสื่ออย่างรู้เท่าทัน...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

52,954 คนที่เข้ามาดู 455 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

162 แชร์ 1 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
52,954 คนที่เข้าถึง

168 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

166 ถูกใจ	166 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 รัวเลย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

287 จำนวนการคลิกโพสต์

77 การดูรูปภาพ	51 การคลิกลิงก์	159 การคลิกอื่นๆ #
----------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

1 ซ่อนโพสต์	0 รายงานว่าเป็นสแปม	3 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด	0 เลิกถูกใจเพจ
-------------	---------------------	--------------------	----------------

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 9,580 Views

Performance for your post

9,580 People Reached

48 Likes, Comments & Shares #

46 Likes	46 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
2 Shares	2 On Post	0 On Shares

262 Post Clicks

82	20	160
----	----	-----

รายละเอียดโพสต์

PerspectiveTV
Published by ทีม ปerspective · 16 April at 11:30 · 0 · 0

รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกสื่ออย่างรู้เท่าทัน

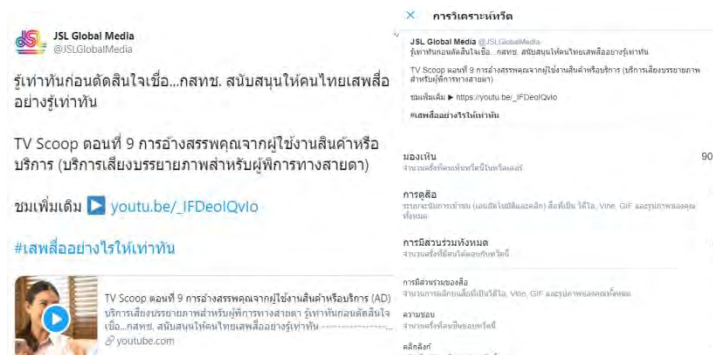
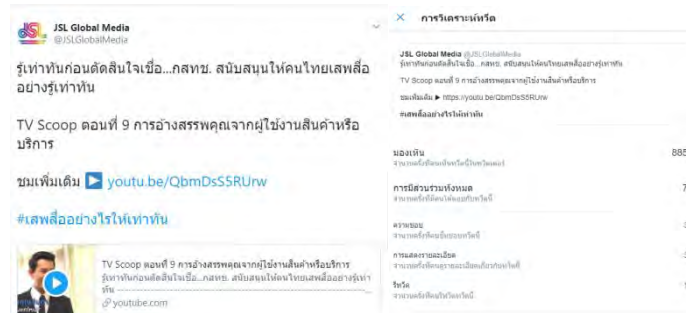
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/QbmDe5SRUrw...> See more

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกสื่ออย่างรู้เท่าทัน...

9,580 คนที่เข้ามาดู 310 จำนวนการมีส่วนร่วม [Boost Unavailable](#)

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 885 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 900 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/QbmDs55RUrw	CC	1,261
YOUTUBE	https://youtu.be/_JFDeoIQvIo	AD	2,548
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156922993083964?__tn__=-R	CC	1,227
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156922990558964?__tn__=-R	AD	1,164
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2682193305129873?__tn__=-R	CC	2,792
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2749066498453795?__tn__=-R	CC	52,954
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/856863491318716?sfns=mo	CC	9,580
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1124257541058285568	CC	885
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1124258199505227776	AD	900

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ 73,311 Views

สรุปยอด รายการเจาะใจ 4 เทป (ย้อนหลังการออกอากาศ 30 วัน)

รายการเจาะใจ : สุธรัชชัย หมุ่น - รู้ทันข่าว เท้าพันสื่อ [16 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA




CC ยอด 5,815 Views

1/3 = 1,238 2/3 = 3,379 3/3 = 1,198

	รายการเจาะใจ : สุธรัชชัย หมุ่น - รู้ทันข่าว เท้าพันสื่อ 3/3 [16 มี.ค 62] HD CC Feb 27, 2019 4:48 PM PUBLISHED: Apr 17, 2019 1...	1,198 views	0	11	1
	รายการเจาะใจ : สุธรัชชัย หมุ่น - รู้ทันข่าว เท้าพันสื่อ 2/3 [16 มี.ค 62] HD CC Feb 27, 2019 4:45 PM PUBLISHED: Apr 17, 2019 1...	3,379 views	1	29	4
	รายการเจาะใจ : สุธรัชชัย หมุ่น - รู้ทันข่าว เท้าพันสื่อ 1/3 [16 มี.ค 62] HD CC Feb 27, 2019 4:31 PM PUBLISHED: Apr 17, 2019 1...	1,238 views	0	10	0

บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 4,128 Views

1/3 = 1,596 2/3 = 1,289 3/3 = 1,243

	รายการเจาะใจ : สุธรัชชัย หมุ่น - รู้ทันข่าว เท้าพันสื่อ (AD) 3/3 [16 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 11:11 PM PUBLISHED: Apr 17, 2019 ...	1,243 views	2	7	1
	รายการเจาะใจ : สุธรัชชัย หมุ่น - รู้ทันข่าว เท้าพันสื่อ (AD) 2/3 [16 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 11:09 PM PUBLISHED: Apr 17, 2019 ...	1,289 views	1	7	0
	รายการเจาะใจ : สุธรัชชัย หมุ่น - รู้ทันข่าว เท้าพันสื่อ (AD) 1/3 [16 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 11:06 PM PUBLISHED: Apr 17, 2019 ...	1,596 views	0	10	1

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,095 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 953 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 17 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่งինຂ້າວ
คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ท่าอย่างโรจระโศคนไทยรุ่นพี่ข่าว เท่าทัน
สื่อ

เบรค 1/3 <https://youtu.be/UkKqYv2Vglw...> ดูเพิ่มเติม

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,095 คนที่เข้ามาดู 7 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

โจ ทะเจตต์, Semsart Singkieprapa และคนอื่น ๆ อีก 2 คน

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,095 คนที่เข้าถึง

4 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

4 การถูกใจ	4 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

3 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	1 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 18 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่งինຂ້າວ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ท่าอย่างโรจระโศคนไทยรุ่นพี่ข่าว เท่าทัน
สื่อ

เบรค 1/3 <https://youtu.be/xw4yoNFqcl...> ดูเพิ่มเติม

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

953 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Khunnai Munin และ Nachanan Sae-jueng

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

953 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

3 การถูกใจ	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

5 จำนวนการคลิกโพสต์

1 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	2 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

CC ยอด 3,014 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 3,488 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 17 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งนภาว เท่าหนังสือ
คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ท่าอากาศยานไทยลุ้นข่าว เท่าหนังสือ

เบรด 1/3 <https://youtu.be/UkKqYv2Vglw...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งนภาว เท่าหนังสือ 1/3 [16 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ พบกับ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

3,014 คนที่เข้ามาดู จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

37 แชร์ 3 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
3,014 คนที่เข้าถึง

41 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

38 การถูกใจ	38 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
3 การแชร์	3 คนโพสต์	0 คนแชร์

44 จำนวนการคลิกโพสต์

2 การดูรูปภาพ	22 การคลิกลิงก์	20 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

1 ซ่อนโพสต์	0 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 18 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งนภาว เท่าหนังสือ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ท่าอากาศยานไทยลุ้นข่าว เท่าหนังสือ

เบรด 1/3 <https://youtu.be/xw4yoNFqcl...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งนภาว เท่าหนังสือ (AD) 1/3 [16 มี.ค 62]
บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

3,488 คนที่เข้ามาดู จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

17 แชร์ 2 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
3,488 คนที่เข้าถึง

22 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

20 การถูกใจ	17 คนโพสต์	3 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
2 การแชร์	2 คนโพสต์	0 คนแชร์

28 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	5 การคลิกลิงก์	23 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ซ่อนโพสต์	0 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 1,512 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,480 Views

สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/UkKqYv2Vglw	CC	1,238
YOUTUBE	https://youtu.be/wjlfH4B3aiw	CC	3,379
YOUTUBE	https://youtu.be/N14cYqf0iuc	CC	1,198
YOUTUBE	https://youtu.be/xw4yofNFqcl	AD	1,596
YOUTUBE	https://youtu.be/WVDsumiND0A	AD	1,289
YOUTUBE	https://youtu.be/8ivay_2Qj0M	AD	1,143
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156885471658964?__tn__=-R	CC	1,095
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156887266943964?__tn__=-R	AD	953
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2654346914581179?__tn__=-R	CC	3,014
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2655798874435983?__tn__=-R	AD	3,488
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1118413756705333248	CC	1,512
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1118723100449726464	AD	1,480

รวมยอด Views ของ รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ [16 มี.ค 62] 21,385 Views




สรุปยอด รายการเจาะใจ 4 เทป (ย้อนหลังการออกอากาศ 30 วัน)

รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง [23 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA




CC ยอด 5,815 Views

1/3 = 562 2/3 = 539 3/3 = 518

	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง 2/3 [23 มี.ค 62] HD CC Feb 28, 2019 4:08 PM PUBLISHED: Apr 24, 2019 1...	518 views	1	6	0
	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง 3/3 [23 มี.ค 62] HD CC Feb 28, 2019 3:57 PM PUBLISHED: Apr 24, 2019 1...	539 views	0	7	0
	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง 1/3 [23 มี.ค 62] HD CC Feb 28, 2019 7:30 AM PUBLISHED: Apr 24, 2019 1...	562 views	0	4	0

บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 4,128 Views

1/3 = 724 2/3 = 568 3/3 = 681

	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง (AD) 3/3 [23 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 11:24 PM PUBLISHED: Apr 24, 2019 ...	681 views	0	5	3
	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง (AD) 2/3 [23 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 11:21 PM PUBLISHED: Apr 24, 2019 ...	568 views	0	2	0
	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง (AD) 1/3 [23 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 11:19 PM PUBLISHED: Apr 24, 2019 ...	724 views	0	7	1

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,550 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,464 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง
ความจริงของเหล่าสินค้ามากมาย ที่ใช้ความเชื่อและกลไกในโลกโซเชียลเป็นเครื่องมือ เพื่อให้คุณตกเป็นเหยื่อ ที่ต้องเสียทั้งเงิน และสุขภาพ !!
เบรค 1/3 <https://youtu.be/BoWp9PbQkc...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง 1/3 [23 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ...

✅ **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,550 คนที่เข้ามาดู 13 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Siriphom Jameekan, อม ิณ และคนอื่นๆ อีก 3 คน

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,550 คนที่เข้าถึง

5 การถูกใจ 5 ความคิดเห็น และการแชร์

5 การถูกใจ	5 ความคิดเห็น	0 แชร์
0 ความคิดเห็น	0 ความคิดเห็น	0 แชร์
0 แชร์	0 ความคิดเห็น	0 แชร์

8 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	6 การคลิกลิงก์	2 การคลิกอื่น ๆ
---------------	----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอบโพสต์	0 ชอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ตรงกับสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

ความจริงของเหล่าสินค้ามากมาย ที่ใช้ความเชื่อและกลไกในโลกโซเชียลเป็นเครื่องมือ เพื่อให้คุณตกเป็นเหยื่อ ที่ต้องเสียทั้งเงิน และสุขภาพ !!
... ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง (AD) 1/3 [23 มี.ค 62]
บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา...

✅ **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,464 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Siriphom Jameekan, ภิกษณดิษฐ์ ชัยมงคลภัก และ Kannika Nualnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,464 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ 3 ความคิดเห็น และการแชร์

3 การถูกใจ	3 ความคิดเห็น	0 แชร์
0 ความคิดเห็น	0 ความคิดเห็น	0 แชร์
0 แชร์	0 ความคิดเห็น	0 แชร์

5 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	4 การคลิกลิงก์	1 การคลิกอื่น ๆ
---------------	----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอบโพสต์	0 ชอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ตรงกับสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

CC ยอด 2,113 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 2,270 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู่ทำกิน โฆษณาเกินจริง
ความจริงของเหล่านักขายยาคืออะไร? ใช้ความเชื่อและกลไกในโลกไซเบอร์
เชื่อมเป็นเครื่องมือ เพื่อให้คุณตกเป็นเหยื่อ ที่ต้องเสียทั้งเงิน และสุขภาพ !!
มกราคม 1/3 <https://youtu.be/BoWp9PIQkc...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู่ทำ
กิน โฆษณาเกินจริง 1/3 [23 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00
น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยประมาณ 833 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,113 คนที่เข้ามาดู 65 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Pleum Nattaya, Mujun Seatiea และคนอื่นๆ อีก 23 คน แชร์ 2 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,113 คนที่เข้าถึง

28 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

26 การถูกใจ	26 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
2 การแชร์	2 คนโพสต์	0 คนแชร์

37 จำนวนการคลิกโพสต์

3 การดูรูปภาพ	8 การคลิกลิงก์	26 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอบโพสต์	0 ขอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ไม่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู่ทำกิน โฆษณาเกินจริง
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ความจริงของเหล่านักขายยาคืออะไร? ใช้ความเชื่อและกลไกในโลกไซเบอร์
เชื่อมเป็นเครื่องมือ เพื่อให้คุณตกเป็นเหยื่อ ที่ต้องเสียทั้งเงิน และสุขภาพ !!
... ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู่ทำ
กิน โฆษณาเกินจริง (AD) 1/3 [23 มี.ค 62]
บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยประมาณ 833 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,270 คนที่เข้ามาดู 69 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

25 แชร์ 2 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,270 คนที่เข้าถึง

28 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

26 การถูกใจ	26 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
2 การแชร์	2 คนโพสต์	0 คนแชร์

41 จำนวนการคลิกโพสต์

4 การดูรูปภาพ	16 การคลิกลิงก์	21 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	-------------------

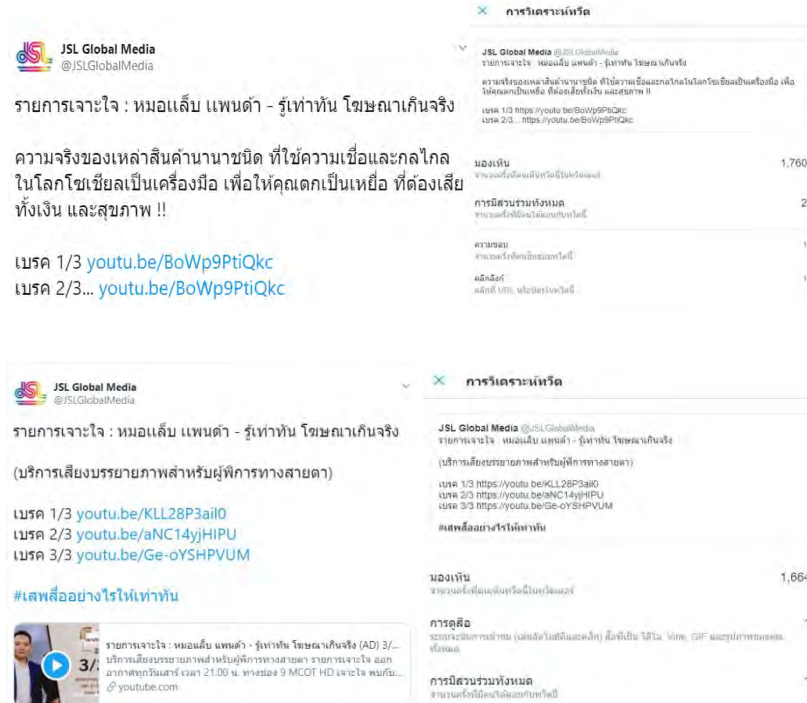
ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอบโพสต์	0 ขอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ไม่ปรากฏบนโพสต์

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 1,760 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,480 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/BoWp9PtiQkc	CC	562
YOUTUBE	https://youtu.be/51UT_VYb5ww	CC	539
YOUTUBE	https://youtu.be/ttwoYgfHY68	CC	518
YOUTUBE	https://youtu.be/KLL28P3ail0	AD	724
YOUTUBE	https://youtu.be/aNC14yjHIPU	AD	568
YOUTUBE	https://youtu.be/Ge-oYSHPVUM	AD	681
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156901691668964?__tn__=-R	CC	1,550
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156901698988964?__tn__=-R	AD	1,464
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2666884783327392?__tn__=-R	CC	2,113
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2666889889993548?__tn__=-R	AD	2,270
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120992640785235968	CC	1,760
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1121261395520016385	AD	1,664

รวมยอด Views ของ รายการเจาะใจ : หมอเล็บ แพนต์้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง

[23 มี.ค 62] 14,413 Views




สรุปยอด รายการเจาะใจ 4 เทป (ย้อนหลังการออกอากาศ 30 วัน)

รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูละครอย่างไรให้รู้เท่าทัน [30 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA




CC ยอด 5,815 Views

1/3 = 307 2/3 = 371 3/3 = 397

	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูละครอย่างไรให้รู้เท่าทัน 3/3 [30 มี.ค 62] HD CC Feb 28, 2019 2:10 AM PUBLISHED: Apr 30, 2019 1...	397 views	0	1	0
	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูละครอย่างไรให้รู้เท่าทัน 2/3 [30 มี.ค 62] HD CC Feb 28, 2019 1:50 AM PUBLISHED: Apr 30, 2019 1...	371 views	0	3	1
	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูละครอย่างไรให้รู้เท่าทัน 1/3 [30 มี.ค 62] HD CC Feb 28, 2019 1:17 AM PUBLISHED: Apr 30, 2019 1...	307 views	1	3	0

บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 4,128 Views

1/3 = 1,471 2/3 = 203 3/3 = 468

	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูละครอย่างไรให้รู้เท่าทัน (AD) 3/3 [30 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 10:58 PM PUBLISHED: Apr 30, 2019 ...	468 views	0	4	1
	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูละครอย่างไรให้รู้เท่าทัน (AD) 2/3 [30 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 10:56 PM PUBLISHED: Apr 30, 2019 ...	203 views	1	0	0
	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูละครอย่างไรให้รู้เท่าทัน (AD) 1/3 [30 มี.ค 62] HD Mar 14, 2019 10:54 PM PUBLISHED: Apr 30, 2019 ...	1,471 views	0	8	2

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,279 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,584 Views

รายละเอียดโพสต์
ปิด

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย

เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๑ - 30 เมษายน ·

"เจาะใจ" พบกับ "สันต์ ศรีแก้วหล่อ" ผู้ละครอย่างไรให้เท่านั้น

เบรต 1/3 <https://youtu.be/AMo0vCJpKQ>

เบรต 2/3 <https://youtu.be/1nyegsIZCSQ>

เบรต 3/3 https://youtu.be/SFXq9-l_p9s... ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM

รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ผู้ละครอย่างไรให้เท่านั้น 1/3 [30 มี.ค 62]

รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD "เจาะใจ"...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,279 คนที่เข้ามาดู

จำนวนการมีส่วนร่วม

โปรโมทโพสต์

Sopen Suriwan, ฅิง นม และคนอื่นๆ อีก 3 คน แชร์ 1 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,279 คนที่เข้าถึง

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

5 การถูกใจ	5 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

4 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	3 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์
ปิด

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย

เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๑ - 30 เมษายน ·

"สันต์ ศรีแก้วหล่อ" ผู้ละครอย่างไรให้เท่านั้น (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

เบรต 1/3 <https://youtu.be/UdTjrcbQkQU>

เบรต 2/3 <https://youtu.be/KcFicMBYs4M>

เบรต 3/3 <https://youtu.be/4D4GnIbhg1g...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM

รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ผู้ละครอย่างไรให้เท่านั้น (AD) 1/3 [30 มี.ค 62]

รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,584 คนที่เข้ามาดู

จำนวนการมีส่วนร่วม

โปรโมทโพสต์

4 แชร์ 1 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,584 คนที่เข้าถึง

5 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

4 การถูกใจ	4 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

12 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	5 การคลิกลิงก์	7 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

CC ยอด 1,617 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 2,819 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๖ · 30 เมษายน ·

"เจาะใจ" พบกับ "สันต์ ศรีแก้วหล่อ" ผู้ลงตัวอย่างไร้ในเท้าน
ชมสด 1/3 <https://youtu.be/AMo0vCJpKQ>
ชมสด 2/3 <https://youtu.be/1nyegsZCSQ>
ชมสด 3/3 https://youtu.be/SFXq9-L_p9s... ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE COM
รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ผู้
ลงตัวอย่างไร้ในเท้าน 1/3 [30 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00
น. ทางช่อง 9 MCOT HD "เจาะใจ"...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน ๘90 คน

1,617 คนที่เข้ามาดู **26** จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

8 [ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,617 คนที่เข้าถึง

8 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

8 การถูกใจ	8 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

18 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	16 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๖ · 30 เมษายน ·

"สันต์ ศรีแก้วหล่อ" ผู้ลงตัวอย่างไร้ในเท้าน (บริการเสียงบรรยายภาพ
สำหรับผู้พิการทางสายตา)
ชมสด 1/3 <https://youtu.be/UdTjrcbQkQU>
ชมสด 2/3 <https://youtu.be/KcFicMBYs4M>
ชมสด 3/3 <https://youtu.be/4D4Gnlbng1g...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE COM
รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ผู้
ลงตัวอย่างไร้ในเท้าน (AD) 1/3 [30 มี.ค
62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน ๘90 คน

2,819 คนที่เข้ามาดู **47** จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

16 [ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,819 คนที่เข้าถึง

17 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

16 ถูกใจ	16 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 รักเลย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

30 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	9 การคลิกลิงก์	21 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 1,182 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 953 Views

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/AMo0vCJpKQ	CC	307
YOUTUBE	https://youtu.be/1nyegsZCSQ	CC	371
YOUTUBE	https://youtu.be/SFXq9-i_p9s	CC	397
YOUTUBE	https://youtu.be/UdTjrCbQkQU	AD	1,471
YOUTUBE	https://youtu.be/KcFicMBYs4M	AD	203
YOUTUBE	https://youtu.be/4D4Gnibhg1g	AD	468
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156915817788964?__tn__=-R	CC	1,279
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156915828558964?__tn__=-R	AD	1,584
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2677126408969896?__tn__=-R	CC	1,617
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2677133102302560?__tn__=-R	AD	2,819
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1123183471084457984	CC	1,182
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1126726118684254208	AD	953

รวมยอด Views ของ รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ตูละครอย่างไรให้เท่ากัน

[30 มี.ค 62] 12,651 Views

สรุปยอด รายการเจาะใจ 4 เทป (ย้อนหลังการออกอากาศ 30 วัน)

รายการเจาะใจ : จัด อิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว [6 เม.ย 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 5,815 Views

1/3 = 884 2/3 = 907 3/3 = 856

	รายการเจาะใจ : จัด อิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว 3/3 [6 เม.ย 62] HD CC Feb 28, 2019 3:20 AM Edit	856 views	0	12	0
	รายการเจาะใจ : จัด อิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว 2/3 [6 เม.ย 62] HD CC Feb 28, 2019 2:59 AM Edit	907 views	0	11	0
	รายการเจาะใจ : จัด อิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว 1/3 [6 เม.ย 62] HD CC Feb 28, 2019 2:36 AM Edit	884 views	0	15	0

บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 4,128 Views

1/3 = 1,169 2/3 = 659 3/3 = 982

	รายการเจาะใจ : จัด อิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว (AD) 3/3 [6 เม.ย 62] HD Mar 14, 2019 10:31 PM Edit	982 views	0	10	2
	รายการเจาะใจ : จัด อิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว (AD) 2/3 [6 เม.ย 62] HD Mar 14, 2019 10:29 PM Edit	659 views	0	5	2
	รายการเจาะใจ : จัด อิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว (AD) 1/3 [6 เม.ย 62] HD Mar 14, 2019 10:27 PM Edit	1,169 views	3	11	0

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,051 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,171 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เมมเบอร์โดย Mo Napas · 9 พฤษภาคม · 🌐

รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพริน - รุ่งเทวีพันขำ
มารู้เท่าทันทุกกลวิธีของการนำเสนอข่าวสาร ที่จะไม่ทำใจใครตกเป็นเหยื่อ
ของข่าว !! ... ดูเพิ่มเติม

เนตร 1/3 <https://youtu.be/BXq7ayTVs1Q...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM

**รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพริน - รุ่ง
เทวีพันขำ 1/3 [6 เม.ย 62]**
รายการเจาะใจ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา 21.00
น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 เจาะใจ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้โพสต์นี้ด้วยประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400
คน

1,051 คนที่เข้ามาดู 12 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

4

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,051 คนที่เข้าถึง

4 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

4 การถูกใจ	4 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 การแชร์	0 คนโพสต์	0 คนแชร์

8 จำนวนการคลิกโพสต์

2 การดูรูปภาพ	3 การคลิกลิงก์	3 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอว์โพสต์	0 ชอว์โพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เมมเบอร์โดย Mo Napas · 9 พฤษภาคม · 🌐

รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพริน - รุ่งเทวีพันขำ
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
มารู้เท่าทันทุกกลวิธีของการนำเสนอข่าวสาร ที่จะไม่ทำใจใครตกเป็นเหยื่อ
ของข่าว !! ... ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM

**รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพริน - รุ่ง
เทวีพันขำ (AD) 1/3**
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
รายการเจาะใจ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้โพสต์นี้ด้วยประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400
คน

1,171 คนที่เข้ามาดู 12 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

6

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,171 คนที่เข้าถึง

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

6 การถูกใจ	6 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 การแชร์	0 คนโพสต์	0 คนแชร์

6 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	4 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอว์โพสต์	0 ชอว์โพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

CC ยอด 4,283 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 3,173 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 9 พฤษภาคม · 0

รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพรินทร์ - ผู้เท่ากันข่าว
มาผู้เท่ากันทุกกลวิธีของการนำเสนอข่าวสาร ที่จะไม่ทำให้คุณตกเป็นเหยื่อ
ของข่าว !!
เบรค 1/3 [https://youtu.be/BXq7ayTVs1Q... ดูเพิ่มเติม](https://youtu.be/BXq7ayTVs1Q...)

รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพรินทร์ - ผู้เท่ากันข่าว 1/3 [6 เม.ย 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 เจาะใจ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ B33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 690 คน

4,283 คนที่เข้ามาดู 88 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

30 แชร์ 1 ครั้ง

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
4,283 คนที่เข้าถึง

33 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์

31 ถูกใจ	31 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 รักเลย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

55 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	25 การคลิกลิงก์	30 การคลิกอื่นๆ
---------------	-----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ซ่อนโพสต์	0 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 9 พฤษภาคม · 0

รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพรินทร์ - ผู้เท่ากันข่าว
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

มาผู้เท่ากันทุกกลวิธีของการนำเสนอข่าวสาร ที่จะไม่ทำให้คุณตกเป็นเหยื่อ
ของข่าว !!... ดูเพิ่มเติม

รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพรินทร์ - ผู้เท่ากันข่าว (AD) 1/3
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
รายการเจาะใจ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ B33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 690 คน

3,173 คนที่เข้ามาดู 50 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

[Davika Ying Ying, Chalee Dangpansert และคนอื่นๆ อีก 15 คน](#)

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
3,173 คนที่เข้าถึง

17 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

17 การถูกใจ	17 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

33 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	17 การคลิกลิงก์	16 การคลิกอื่นๆ
---------------	-----------------	-----------------

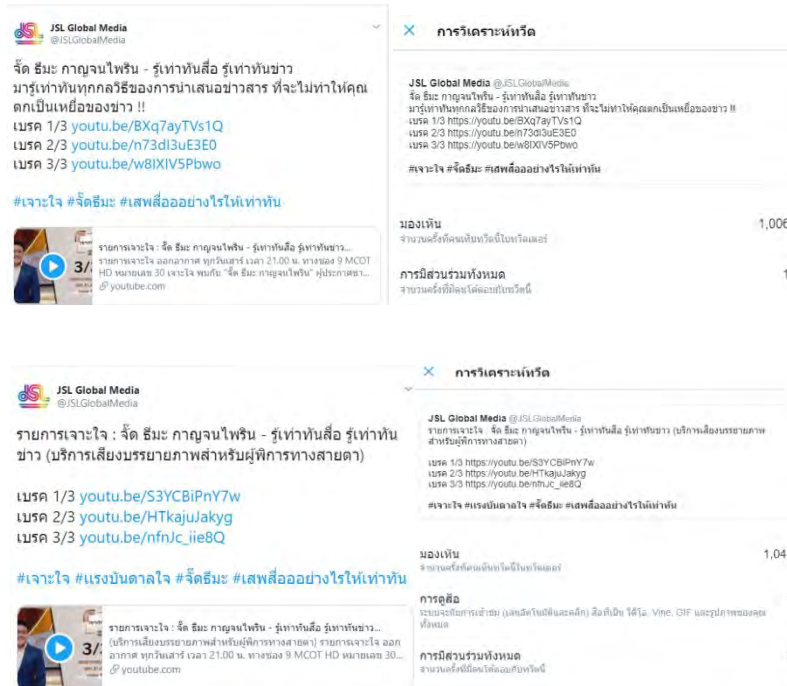
ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ซ่อนโพสต์	1 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 1,006 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,041 Views



สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/BXq7ayTVs1Q	CC	884
YOUTUBE	https://youtu.be/n73d13uE3E0	CC	907
YOUTUBE	https://youtu.be/w8IXIV5Pbwo	CC	856
YOUTUBE	https://youtu.be/S3YCBiPnY7w	AD	1,169
YOUTUBE	https://youtu.be/HTkajwJakyg	AD	659
YOUTUBE	https://youtu.be/nfnJc_ie8Q	AD	982
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156935811873964?__tn__=-R	CC	1,051
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156935822613964?__tn__=-R	AD	1,171
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2691700974179106?__tn__=-R	CC	4,283
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2691707970845073?__tn__=-R	AD	3,173
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1126719671086882816	CC	1,006
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1126719773553770496	AD	1,041

รวมยอด Views ของ รายการเจาะใจ : จัด ชิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว

[6 เม.ย 62] 17,182 Views

สรุปยอด รายการ Perspective 3 เทป

Perspective EP.10 : พงศนรินทร์ อุลิศ - Cat Radio [17 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 35,574 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 3,291 Views

Two screenshots of a YouTube video page. The top screenshot shows the video titled "Perspective EP.10 : พงศนรินทร์ อุลิศ - Cat Radio [17 มี.ค 62]" with 35,574 views and 11 comments. The bottom screenshot shows the same video with 3,291 views and 3 comments. Both screenshots include the video player, title, description, and engagement metrics.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,216 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,198 Views

A screenshot of a Facebook post from JSL Global Media. The post text includes the video title and a link to the YouTube video. The engagement metrics show 1,216 likes, 12 comments, and 12 shares. The post also features a table of reactions and a section for comments.

ประเภท	จำนวน	ประเภท	จำนวน
การถูกใจ	2	บ่นโพล้	0
ความดีใจ	0	บ่นโพล้	0
ความดีใจ	0	บ่นโพล้	0
การแชร์	0	บ่นโพล้	0

A screenshot of a Facebook post from JSL Global Media. The post text includes the video title and a link to the YouTube video. The engagement metrics show 1,198 likes, 6 comments, and 6 shares. The post also features a table of reactions and a section for comments.

ประเภท	จำนวน	ประเภท	จำนวน
การถูกใจ	1	บ่นโพล้	0
ความดีใจ	0	บ่นโพล้	0
การแชร์	0	บ่นโพล้	0

FACEBOOK PERSPECTIVE


CC ยอด 23,268Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 18,059 Views

PerspectiveTV
Published by ทีม ป๋อแปดแก้ว (P) · 18 March · 🌐

สามารถชมรายการเปิดสดพร้อมทั้งย้อนหลังได้ที่ >>
https://youtu.be/Z2e_Z2meSSUU

พิธีกร - พงศธรินทร์ อูเลิศ บุคคลอยู่เบื้องหลังคือทีมงาน Cat Radio โคราชแนว ผู้สร้าง
เนื้อหาและนำเสนอด้วยหัวใจของทีมงานมืออาชีพให้ทุกคนได้สัมผัสความสนุก
ที่สุดในประเทศไทย | พร้อมเรื่องเล่าที่เล่าขานถึงเรื่องราวการยอมรับความแตกต่าง
และหลากหลายในแบบของพิธีกร Cat Radio

ติดตามรายการเปิดสดได้ที่ Facebook Live วันอาทิตย์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT
HD (line30) และ Facebook Live



PERPECTIVE FULL HD - พิธีกร - พงศธรินทร์ อูเลิศ
49:44

23,268 People reached 1,292 Engagements Boost Unavailable

Performance for your post

23,268 People Reached

5,913 3-second video views

332 Reactions, comments & shares 📊

271 Like	193 On post	78 On shares
16 Love	11 On post	5 On shares
2 Wow	2 On post	0 On shares
5 Comments	1 On Post	4 On Shares
38 Shares	38 On Post	0 On Shares

951 Post Clicks

207 Clicks to Play 🎵	26 Link clicks	718 Other Clicks 📌
----------------------	----------------	--------------------

NEGATIVE FEEDBACK


3 Hide post	2 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

PerspectiveTV
Published by ทีม ป๋อแปดแก้ว (P) · 27 March at 14:30 · 🌐

ชมย้อนหลังรายการ Perspective (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทาง
สายตา) "พงศธรินทร์ อูเลิศ" - Cat Radio

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/bygdDhZAwBg>

#JSL #Perspective #เสถียรของรถไฟเหาะฟัน



YOUTUBE.COM
**Perspective EP.10 : พงศธรินทร์ อูเลิศ - Cat
Radio [17 มี.ค 62]**

รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์ เวลา
21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD Perspective...

18,509 People reached 464 Engagements Boost Unavailable

👍❤️🔗 131 1 Comment 17 shares

Performance for your post

18,509 People Reached

165 Reactions, comments & shares 📊

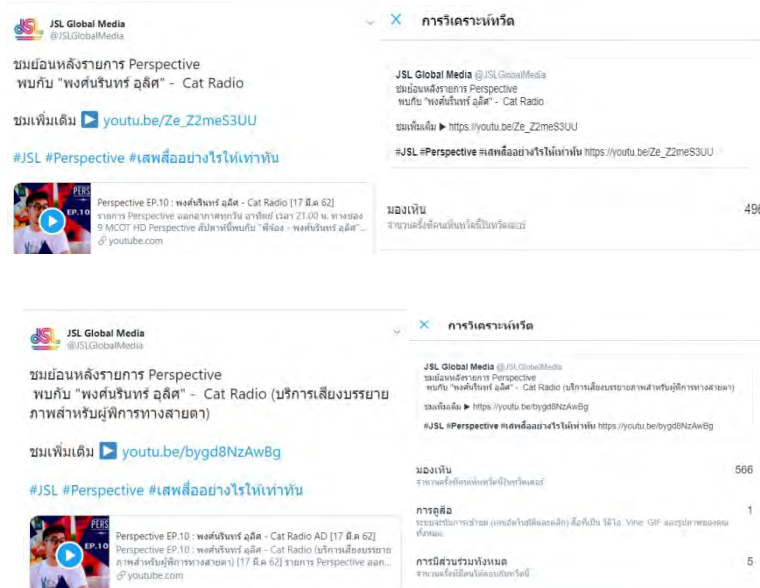
127 Like	126 On post	1 On shares
6 Love	6 On post	0 On shares
1 Comments	1 On Post	0 On Shares
31 Shares	17 On Post	14 On Shares

299 Post Clicks

96 Photo views	47 Link clicks	156 Other Clicks 📌
----------------	----------------	--------------------

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 496Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 566 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Ze_Z2meS3UU	CC	35,574
YOUTUBE	https://youtu.be/bygd8NzAwBg	AD	3,291
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839344258964?__tn__=-R	CC	1,216
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839351108964?__tn__=-R	AD	1,198
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/828593397479059?sfns=mo	CC	23,268
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/834944810177251?sfns=mo	AD	18,059
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111129259743932417	CC	496
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111130386837340160	AD	566

รวมยอด Views ของ **Perspective EP.10 : พงศนรินทร์ อุลิต - Cat Radio [17 มี.ค 62]** 83,665 Views

สรุปยอด รายการ Perspective 3 เทป

Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน - The Cloud [31 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 27,672 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 4,557 Views

The screenshot shows two video entries for 'Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน - The Cloud'. The first entry is the main video, published on Mar 27, 2019, with 27,672 views and 14 comments. The second entry is an advertisement for the same video, published on Apr 1, 2019, with 4,557 views and 5 comments. Both entries have an 'Edit' button.

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,216 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,324 Views

The screenshot shows a Facebook post from JSL Global Media. The post text includes the video title and a link to the YouTube video. The engagement statistics are as follows:

Category	Count
People who liked this post	1,085
People who commented	15
People who shared this post	1
People who reacted to this post	15

The post also shows a 'Like' button and a 'Share' button.

The screenshot shows another Facebook post from JSL Global Media. The post text includes the video title and a link to the YouTube video. The engagement statistics are as follows:

Category	Count
People who liked this post	1,324
People who commented	19
People who shared this post	4
People who reacted to this post	19

The post also shows a 'Like' button and a 'Share' button.

FACEBOOK PERSPECTIVE

CC ยอด 5,502 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 14,261 Views

PerspectiveTV
Published by ศิว วัฒนวัฒน์ (V) · 1 April · 🌐

สำหรับโครงการประชาสัมพันธ์มูลนิธิฯ สาขาโรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัยขอนแก่น
ได้ที่ <https://bit.ly/2TIE9W>

"ห้อง เหวงกล นางขี้ขี้" บทสัมภาษณ์จาก "The cloud" คือใจในเสียงที่ส่งต่อถึง
ประชาชนผู้คิด ค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและสื่อสารในมุมมองใหม่ มารวมรวมในโลก
ออนไลน์ บอกเล่าเสียงของชนชั้นกลางที่มีทรัพย์สินหรือที่ดิน ข้าราชการ
เลื่อนมาตามตัวอักษรของ "The cloud"

ติดตามรายการเพื่อโลกทัศน์ได้ทุกคืนในเวลา 21:00 น. ทางช่อง 9 MCOT
HD (4x50) และ Facebook Live



Performance for your post

18,223 People Reached

3,598 3-second video views

186 Reactions, comments & shares

139 Likes	127 On post	12 On shares
1 Love	0 On post	1 On shares
18 Comments	1 On Post	15 On Shares
30 Shares	30 On Post	0 On Shares

721 Post Clicks

176 Clicks to Play	12 On video	533 Other Clicks
--------------------	-------------	------------------

NEGATIVE FEEDBACK

11 Hide post	16 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

playback stats only be delayed from what appears on post

18,223 People reached 896 Engagements Boost Unavailable

PerspectiveTV
2 April · 🌐

รายการ #Perspective พบกับ "ห้อง เหวงกล นางขี้ขี้" - The Cloud (บริการเสียง
บรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EsE6l0djd0g>

#Perspective ... See more



Performance for your post

14,261 People Reached

124 Reactions, comments & shares

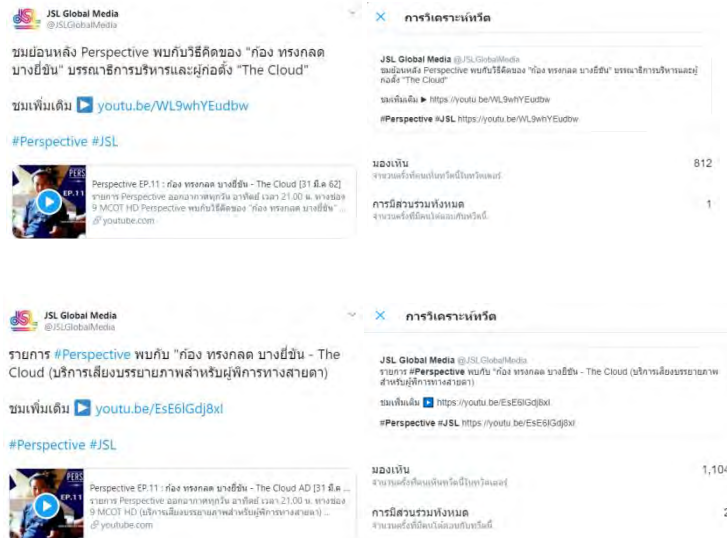
100 Likes	99 On post	1 On shares
2 Love	2 On post	0 On shares
5 Comments	1 On Post	4 On Shares
17 Shares	12 On Post	5 On Shares

247 Post Clicks

14,261 People reached 371 Engagements

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 812 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,104 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Ze_Z2meS3UU	CC	27,672
YOUTUBE	https://youtu.be/bygd8NzAwBg	AD	4,557
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839344258964?__tn__=-R	CC	1,085
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839351108964?__tn__=-R	AD	1,324
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/836621030009629?sfns=mo	CC	5,502
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/837404239931308?sfns=mo	AD	14,261
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111129259743932417	CC	812
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111130386837340160	AD	1,104

รวมยอด Views ของ Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน - The Cloud

[31 มี.ค 62] 56,317 Views

สรุปยอด รายการ Perspective 3 เทป

Perspective EP.12 : ยั่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับชื่อดัง [7 เม.ย 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 49,061 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 4,008 Views

Perspective EP.12 : ยั่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับชื่อดัง [7 เม.ย 62] | HD | CC
Apr 3, 2019 7:41 PM

49,061 views

32 comments

546 likes

17 dislikes

Perspective EP.12 : ยั่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับชื่อดัง AD [7 เม.ย 62] | HD
Apr 10, 2019 7:25 PM

4,008 views

3 comments

30 likes

3 dislikes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 2,373 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,787 Views

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย

ชมรายการ #Perspective พบกับ "ยั่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์" ผู้กำกับชื่อดัง ชมเต็มเต็ม <https://youtu.be/MirHHCJ17io> #JSL #สสทสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

2,373 คนที่เข้ามาดู 34 จำนวนการมีส่วนร่วม

โปรโมทโพสต์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,373 คนที่เข้าถึง

10 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

6 ถูกใจ	6 ไลค์โพสต์	0 ไลค์การแชร์
1 3 โอลง	1 ติลโพสต์	0 ติลการแชร์
1 ความคิดเห็น	1 ынโพสต์	0 ынแชร์
2 การแชร์	2 ынโพสต์	0 ынแชร์

24 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	8 การคลิกลิงก์	16 การคลิกอื่น ๆ #
---------------	----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ซ่อนโพสต์	0 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย

Perspective พบกับ "ยั่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์" ผู้กำกับชื่อดัง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) ชมเต็มเต็ม <https://youtu.be/befnZ48HdChnc> #Perspective #JSL #สสทสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,787 คนที่เข้ามาดู 14 จำนวนการมีส่วนร่วม

โปรโมทโพสต์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,787 คนที่เข้าถึง

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

5 การถูกใจ	5 ынโพสต์	0 ынแชร์
1 ความคิดเห็น	1 ынโพสต์	0 ынแชร์
0 การแชร์	0 ынโพสต์	0 ынแชร์

8 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	3 การคลิกลิงก์	5 การคลิกอื่น ๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ซ่อนโพสต์	0 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

CC ยอด 14,541 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 12,163 Views

Performance for your post

44,997 People Reached		
11,179 5-second video views		
484 Reactions, comments & shares		
378 Likes	226 On post	150 On shares
26 Love	14 On post	12 On shares
3 Wow	1 On post	2 On shares
6 Comments	4 On Post	2 On Shares
73 Shares	70 On Post	3 On Shares
2,034 Post Clicks		
465 Clicks to Play	47 Link clicks	1,582 Other Clicks
NEGATIVE FEEDBACK		
5 Hide post	7 Hide all posts	
0 Report as spam	0 Unlike Page	

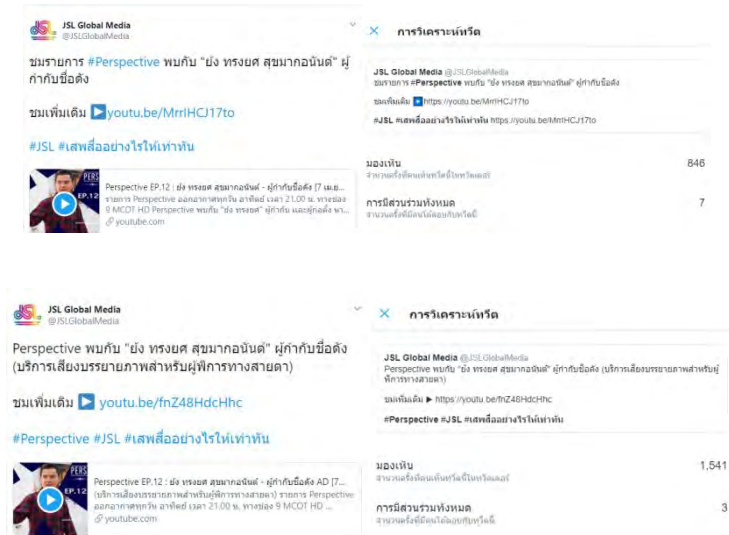
Post Details

Performance for your post

12,163 People Reached		
94 Reactions, comments & shares		
83 Likes	80 On post	3 On shares
1 Love	0 On post	1 On shares
3 Comments	0 On Post	3 On Shares
7 Shares	6 On Post	1 On Shares
182 Post Clicks		
31 Photo views	35 Link clicks	116 Other Clicks
NEGATIVE FEEDBACK		
0 Hide post	1 Hide all posts	
0 Report as spam	0 Unlike Page	

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด Views 846 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,514 Views



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/MrriHCj17to	CC	49,061
YOUTUBE	https://youtu.be/fnZ48HdcHhc	AD	4,008
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156864990858964?__tn__=-R	CC	2,373
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156872156393964?__tn__=-R	AD	1,787
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/8408574595859867?sfns=mo	CC	14,541
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/842595139412218?sfns=mo	AD	12,163
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1115127768889487360	CC	846
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1116278609843326976	AD	1,514

รวมยอด Views ของ Perspective EP.12 : ยั่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ – ผู้กำกับชื่อดัง

[7 เม.ย 62] 86,293 Views

1.5 จัดทำแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Youtube Facebook โดยจะต้องมียอดผู้รับชมเฉลี่ยจำนวน 100,000 คน ต่อตอน

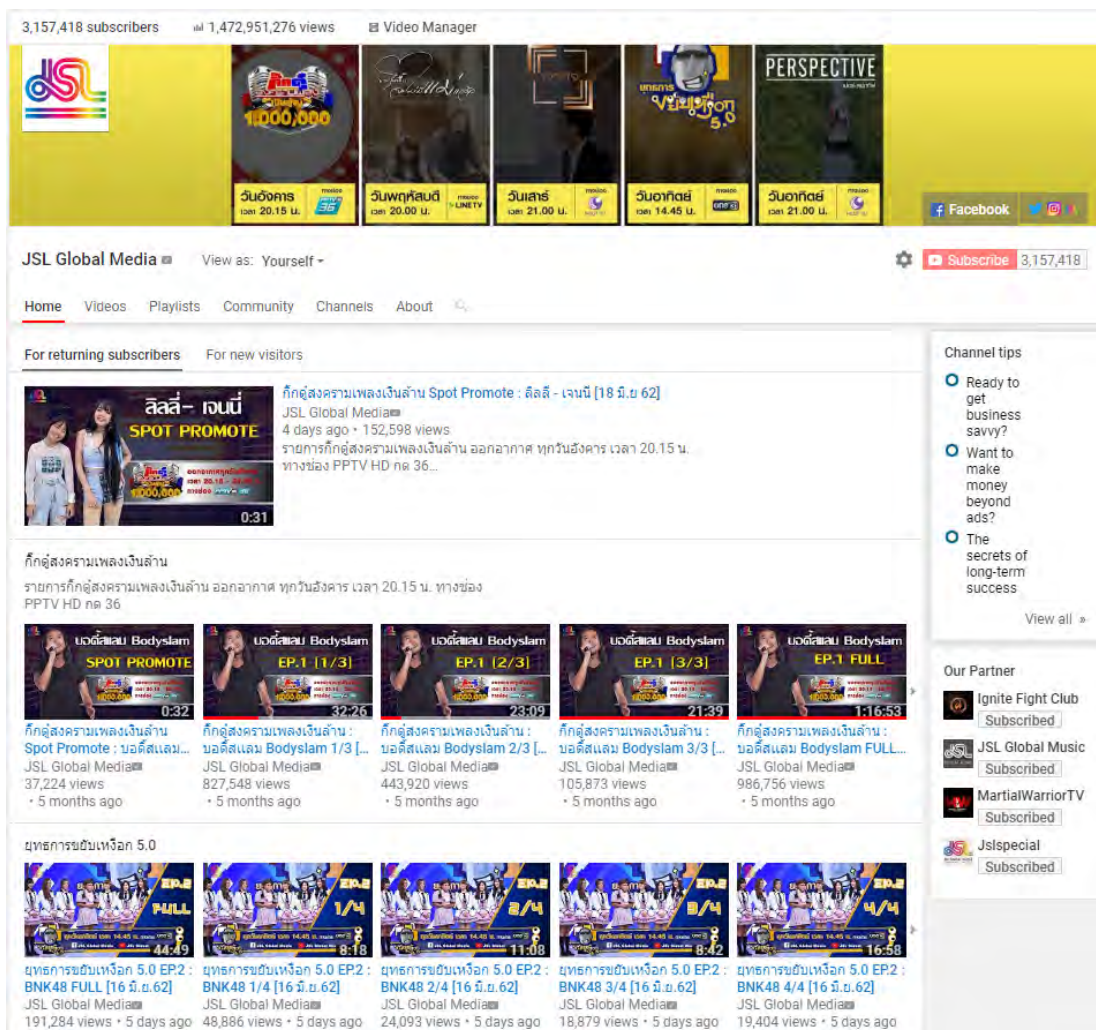
กระจายรายการ 4 รูปแบบ ตามช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2562 ดังนี้

1. URL : <http://www.youtube.com/JSLGlobalMedia>

ปัจจุบันมี

Total Subscriber: 3,157,420

Total Views : 1,472,951,276

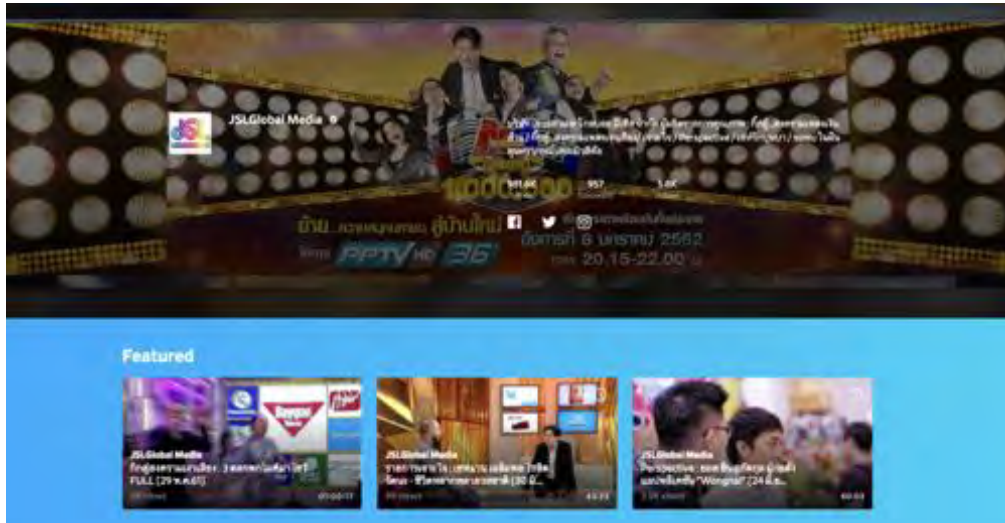


2. URL : <https://www.dailymotion.com/jslglobalmedia>

ปัจจุบันมี

Total Followers : 9657

Total Views : 981.6K Views

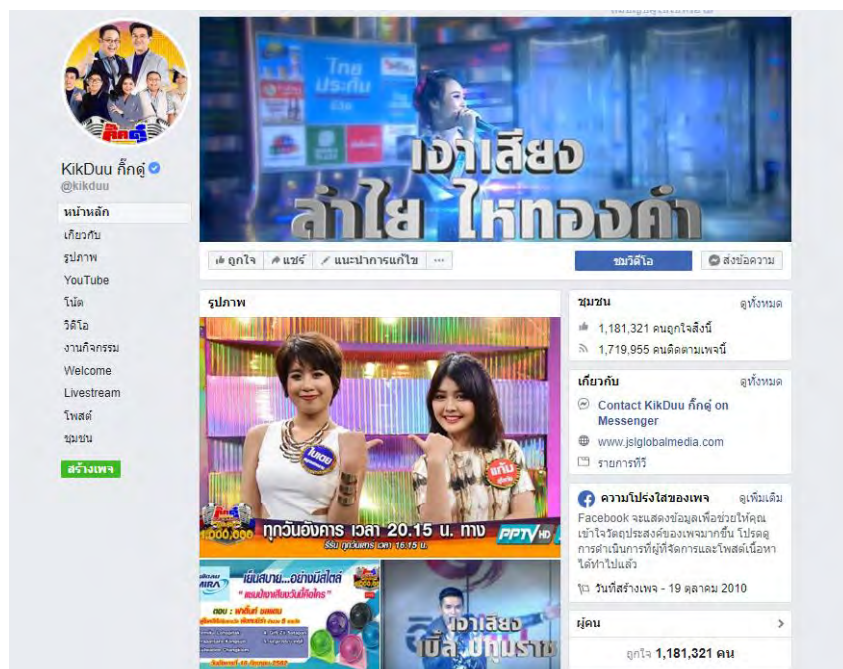


3. URL : www.facebook.com/kikduu

ปัจจุบันมี

Total Page Like: 1,181,321

Total Follows: 1,719,955



4. URL : www.facebook.com/Johjai

ปัจจุบันมี

Total Page Like: 223,245

Total Follows: 218,029

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'เจาะใจ Johjai'. The page features a profile picture with the text 'เจาะใจ' and a cover photo of a young girl in a yellow shirt and white cap. The page includes a navigation menu on the left with options like 'หน้าหลัก', 'เกี่ยวกับ', 'YouTube', 'รูปภาพ', 'โน้ต', 'วิดีโอ', 'ลงทะเบียนร่วมงาน', 'งานกิจกรรม', 'โพสต์', and 'ชุมชน'. The main content area displays a post with a photo of a man and a woman, and text in Thai. The right sidebar shows 'เกี่ยวกับ เจาะใจ JOHJAI', 'Our Story', 'ชุมชน' (218,029 likes, 223,245 followers), and 'เกี่ยวกับ' (www.johjaionline.com).

5. URL : www.facebook.com/perspectivetelevision

ปัจจุบันมี

Total Page Like: 358,878

Total Follows: 379,257



6. URL : <https://twitter.com/JSLGlobalMedia>

ปัจจุบันมี

Total Followers : 3,985



1.6 จัดทำรายงานผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 สื่อ นักบุญหรือซาตาน

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,752 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 601 Views

Thumbnail	Video Title	Visibility	Monetization	Published	Views	CC	Engagement
	สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 แฉจอมสื่อ ดูรายการทีวีออนไลน์ ร่วมไปถึงสืบเสาะสุดของเราร่วมกับอดีตนาย ข่าวสาร และนัก ตีขบรายการ และเสนอความคิดเห็น ผ่านช่องทาง...	Public	On	Mar 18, 2019 Published	1,752	0	82.8% 24 likes
	สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 แฉจอมสื่อ (ปรก... ดูรายการทีวีออนไลน์ ร่วมไปถึงสืบเสาะสุดของเราร่วมกับอดีตนาย ข่าวสาร และนัก ตีขบรายการ และเสนอความคิดเห็น ผ่านช่องทาง...	Public	On	Mar 18, 2019 Published	601	1	92.3% 12 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,634 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,623 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas 18 มีนาคม ·

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 พลังของสื่อ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/jcE-kyS38Z8>
ศิลปะสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 พลังของสื่อ
ดูรายการทีวีออนไลน์ ร่วมไปถึงสืบเสาะสุดของเราร่วมกับอดีตนาย
ข่าวสาร และนัก ตีขบรายการ และเสนอความคิดเห็น ผ่านช่องทาง...

เห็นยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้โพสต์ด้วยประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,634 คนที่เข้ามาดู 23 จำนวนการมีส่วนร่วม [ปิดรูปโพสต์](#)

5 ความคิดเห็น 1 รายการ แชร์ 3 ครั้ง

ปฏิกิริยา แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,634 คนที่เข้าข้าง

10 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

6 การถูกใจ	5 ชมโพสต์	1 แชร์
1 ความคิดเห็น	1 ชมโพสต์	0 แชร์
3 การแชร์	3 ชมโพสต์	0 แชร์

13 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	11 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นที่ชอบ

0 ชมโพสต์	0 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่ีมีการรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSI Global Media เจเนอรัล โม นาสเปส · 18 มีนาคม · 🌐

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลังของสื่อ (บริการเสริมบรรณภาพชุมชน)

ชมเพิ่มเติม: <https://youtu.be/jcE-kyS38Z8>

#สพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลังของสื่อ (บริการเสริมบรรณภาพสำหรับนักศึกษา)

ดูรายการที่วิจัยเรื่องนี้ รวมถึงสื่อที่เกี่ยวข้อง...

👍 **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,623 คนที่เข้ามาดู 33 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 📌

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,623 คนที่เข้าถึง

12 การถูกใจ 8 ใจโพสต์ 2 ใจแชร์

0 ความคิดเห็น	0 ใจโพสต์	0 ใจแชร์
2 การแชร์	2 ใจโพสต์	0 ใจแชร์

21 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การอุปถัมภ์	7 การคลิกลิงก์	14 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ข้อบกพร่อง	0 ข้อผิดพลาด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานว่าจะลบออกจากสื่อที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,796 Views

รายละเอียดโพสต์

โจจ่า Johjai เจเนอรัล โม นาสเปส · 18 มีนาคม · 🌐

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

ชมเพิ่มเติม: <https://youtu.be/jcE-kyS38Z8>

#สพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

Social Media เป็นสื่อทางการศึกษา?

YOU TUBE.COM

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

ดูรายการที่วิจัยเรื่องนี้ รวมถึงสื่อที่เกี่ยวข้อง...

👍 **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 420 คน

2,796 คนที่เข้ามาดู 49 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 📌

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

2,796 คนที่เข้าถึง

21 การถูกใจ 14 ใจโพสต์ 4 ใจแชร์

0 ความคิดเห็น	0 ใจโพสต์	0 ใจแชร์
3 การแชร์	1 ใจโพสต์	2 ใจแชร์

28 จำนวนการคลิกโพสต์

3 การอุปถัมภ์	3 การคลิกลิงก์	22 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ข้อบกพร่อง	0 ข้อผิดพลาด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานว่าจะลบออกจากสื่อที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 52,792 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu ก็กั๋ เจเนอรัล โม นาสเปส · 18 มีนาคม · 🌐

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

ชมเพิ่มเติม: <https://youtu.be/jcE-kyS38Z8>

#สพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

Social Media เป็นสื่อทางการศึกษา?

YOU TUBE.COM

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

ดูรายการที่วิจัยเรื่องนี้ รวมถึงสื่อที่เกี่ยวข้อง...

👍 **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 19,000 คน

52,792 คนที่เข้ามาดู 1,120 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 📌

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

52,792 คนที่เข้าถึง

426 ความรู้สึก 289 ใจโพสต์ 123 ใจแชร์

412 ถูกใจ	289 ใจโพสต์	123 ใจแชร์
3 ใจชอบ	0 ใจโพสต์	3 ใจแชร์
3 หัวเราะ	3 ใจโพสต์	0 ใจแชร์
2 ความคิดเห็น	0 ใจโพสต์	2 ใจแชร์
6 การแชร์	5 ใจโพสต์	1 ใจแชร์

694 จำนวนการคลิกโพสต์

17 การอุปถัมภ์	150 การคลิกลิงก์	527 การคลิกอื่นๆ
----------------	------------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

1 ข้อบกพร่อง	5 ข้อผิดพลาด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานว่าจะลบออกจากสื่อที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,549 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by Perspective Admin · 18 March ·

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลัสของสื่อ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/jcE-kyS38Z8>

See more

Performance for your post

11,549 People Reached

63 Reactions, comments & shares #

57 Like	57 On post	0 On shares
2 Love	1 On post	1 On shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
4 Shares	4 On Post	0 On Shares

149 Post Clicks

4 Photo views	31 Link clicks	114 Other Clicks #
---------------	----------------	--------------------

NEGATIVE FEEDBACK

1 Hide post	0 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

11,549 People reached

212 Engagements

Boost Unavailable

57 4 shares

Like Comment Share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 446 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 461 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลัสของสื่อ

ชมเพิ่มเติม youtu.be/jcE-kyS38Z8

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลัสของสื่อ... รายการทีวีมีบทหนึ่ง ชมถึงถึงมีค่าที่สุดของเรา... พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร และข่าว ดัชนีรายการ และแสดงความคิดเห็น ผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้... [@youtube.com](https://youtu.com)

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 เป็นของสื่อ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/jcE-kyS38Z8>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน <https://www.youtube.com/watch?v=jcE-kyS38Z8>

มองทีน

จำนวนครั้งที่ถูกเห็นในทวีตในคราวนี้

446

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลัสของสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

ชมเพิ่มเติม youtu.be/9-EySNDNbDM

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 พลัสของสื่อ (บริการเสียง... รายการทีวีมีบทหนึ่ง ชมถึงถึงมีค่าที่สุดของเรา... พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร และข่าว ดัชนีรายการ และแสดงความคิดเห็น ผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้... [@youtube.com](https://youtu.com)

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 1 เป็นของสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/9-EySNDNbDM>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน <https://youtu.be/9-EySNDNbDM>

มองทีน

จำนวนครั้งที่ถูกเห็นในทวีตในคราวนี้

461

การมีส่วนร่วมทั้งหมด

จำนวนครั้งที่ถูกตอบกลับในทวีต

2

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/jcE-kyS38Z8	CC	1,752
YOUTUBE	https://youtu.be/9-Ey5NDNbDM	AD	601
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156817388313964?__tn__=-	CC	1,634
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156817600518964?__tn__=-R	AD	1,623
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2604997276182810?__tn__=-R	CC	2,796
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2672831906077255?__tn__=-R	CC	52,792
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/828707027467696?sfns=mo	CC	11,549
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1107574922375626752	CC	446
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1107612649741647872	AD	461

รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 1 สื่อ นักบุญหรือชาตาน **73,654 Views**

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 311 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,146 Views

Thumbnail	Video Title	Visibility	Monetization	Published	Views	CC Views	Engagement
	สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร... สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "นักบุญ" เราได้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?	Public	On	Mar 15, 2019 Published	311	1	100.0% 0 likes
	สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร... สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "นักบุญ" เราได้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?	Public	On	Mar 28, 2019 Published	1,146	2	100.0% 17 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,756 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,621 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 28 มีนาคม ·

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "นักบุญ" เราได้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/AARHEd14ZSC...> ดูเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร...
สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "นักบุญ" เราได้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,756 คนที่เข้ามาดู 15 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปรับวิดีโอ](#)

5 ความคิดเห็น 1 รายการ แชร์ 1 ครั้ง

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,756 คนที่เข้าถึง

7 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

5 การถูกใจ	5 คนโพสต์	0 แชร์
1 ความคิดเห็น	1 คนโพสต์	0 แชร์
1 การแชร์	1 คนโพสต์	0 แชร์

8 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	7 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 คนโพสต์	0 แชร์โพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูโพสต์

คลิกที่นี่เพื่อดูรายงานอาจจะสร้างจากสิ่งนี้ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 28 มีนาคม ·

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "นักบุญ" เราได้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/CAknNATHA...> ดูเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,621 คนที่เข้ามาดู 18 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปรับวิดีโอ](#)

5 ความคิดเห็น 1 รายการ

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,621 คนที่เข้าถึง

7 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

6 การถูกใจ	6 คนโพสต์	0 แชร์
1 ความคิดเห็น	1 คนโพสต์	0 แชร์
0 การแชร์	0 คนโพสต์	0 แชร์

11 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	6 การคลิกลิงก์	5 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 คนโพสต์	0 แชร์โพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูโพสต์

คลิกที่นี่เพื่อดูรายงานอาจจะสร้างจากสิ่งนี้ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 3,527 Views

เพจ Johjai
 โพสต์เมื่อ Mo Napsa 28 มีนาคม
 สารคดี "รักนี้คือ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 คือ นักบุญหรือฆาตกร
 สื่อสารเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "มนุษย์" เราใช้สื่ออย่างไร?
 และไปไหนต่อไหน?
 ชมเพิ่มเติม >> <https://youtu.be/AArHEd42Sc...> ดูเพิ่มเติม

YURI HIRU-UNO
 สารคดี "รักนี้คือ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 คือ นักบุญหรือฆาตกร
 สื่อสารเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "มนุษย์" เราใช้สื่ออย่างไร?

👍 **เพิ่มยอดการเข้าถึง ความเห็น และแชร์**
 ไปไหนต่อไหน? 8:33 หรืออย่าลืมจำนวน 420 คน

3,527 คนที่เข้าถึง 63 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปไหนต่อไหน?](#)

20 [ดูวิดีโอ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

21	21	0
การถูกทำ	บนโพสต์	บนแชร์
21	21	0
การถูกทำ	บนโพสต์	บนแชร์
0	0	0
ความเห็น	บนโพสต์	บนแชร์
0	0	0
การแชร์	บนโพสต์	บนแชร์
42	10	29
จำนวนการเข้าถึงโพสต์	การเข้าถึงโพสต์	การเข้าถึงแชร์
3	10	29
การถูกทำ	การเข้าถึงโพสต์	การเข้าถึงแชร์
0	1	1
ความเห็น	บนโพสต์	บนแชร์
0	0	0
การแชร์	บนโพสต์	บนแชร์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 46,255 Views

เพจ KIKDUU ทีม
 โพสต์เมื่อ Mo Napsa 28 มีนาคม
 สารคดี "รักนี้คือ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 คือ นักบุญหรือฆาตกร
 สื่อสารเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "มนุษย์" เราใช้สื่ออย่างไร?
 และไปไหนต่อไหน?
 ชมเพิ่มเติม >> <https://youtu.be/AArHEd42Sc...> ดูเพิ่มเติม

YURI HIRU-UNO
 สารคดี "รักนี้คือ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 คือ นักบุญหรือฆาตกร
 สื่อสารเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "มนุษย์" เราใช้สื่ออย่างไร?

👍 **เพิ่มยอดการเข้าถึง ความเห็น และแชร์**
 ไปไหนต่อไหน? 8:33 หรืออย่าลืมจำนวน 20,090 คน

46,255 คนที่เข้าถึง 372 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปไหนต่อไหน?](#)

259 [ดูวิดีโอ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

221	211	4
การถูกทำ	บนโพสต์	บนแชร์
221	211	4
การถูกทำ	บนโพสต์	บนแชร์
2	2	0
ความเห็น	บนโพสต์	บนแชร์
1	1	0
การแชร์	บนโพสต์	บนแชร์
3	3	0
การถูกทำ	บนโพสต์	บนแชร์
151	37	104
จำนวนการเข้าถึงโพสต์	การเข้าถึงโพสต์	การเข้าถึงแชร์
10	37	104
การถูกทำ	การเข้าถึงโพสต์	การเข้าถึงแชร์
1	2	2
ความเห็น	บนโพสต์	บนแชร์
0	0	0
การแชร์	บนโพสต์	บนแชร์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 13,357 Views

PerspectiveTV
 โพสต์เมื่อ Mo Napsa 28 มีนาคม
 สารคดี "รักนี้คือ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 คือ นักบุญหรือฆาตกร
 สื่อสารเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "มนุษย์" เราใช้สื่ออย่างไร?
 และไปไหนต่อไหน?
 ชมเพิ่มเติม >> <https://youtu.be/AArHEd42Sc...> See more

YOUTUBE.COM
 สารคดีชุด "รักนี้คือ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 คือ นักบุญหรือฆาตกร
 สื่อสารเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า "มนุษย์" เราใช้สื่ออย่างไร?
 และไปไหนต่อไหน?

13,357 People reached 256 Engagements [Boost Unavailable](#)

12 shares

13,357	People Reached	
96	Reactions, comments & shares	
81	78	3
Like	On post	On shares
1	1	0
Wow	On post	On shares
0	0	0
Comments	On Post	On Shares
14	12	2
Shares	On Post	On Shares
160	Post Clicks	
18	48	94
Profile	Post	Share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views **814** Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด **727** Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร

สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า 'มนุษย์' เราใช้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?

ชมเพิ่มเติม youtu.be/AARHEd42Sc

#เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า 'มนุษย์' เราใช้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร? youtu.be/AARHEd42Sc

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
 สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร
 สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า 'มนุษย์' เราใช้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?
 ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/AARHEd42Sc>
 #เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน <https://youtu.be/AARHEd42Sc>

มองเห็น	814
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	2

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า 'มนุษย์' เราใช้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?

ชมเพิ่มเติม youtu.be/CAknNAtaLI...

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร (เสียงบรรยายภาพ) สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า 'มนุษย์' เราใช้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร? youtu.be/CAknNAtaLI...

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
 สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
 สื่ออาจเป็นได้ทั้งนักบุญ หรือ ฆาตกร ขึ้นอยู่กับว่า 'มนุษย์' เราใช้สื่ออย่างไร? และใช้ไปเพื่ออะไร?
 ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/CAknNAtaLI...> <https://youtu.be/CAknNAtaLI...>

มองเห็น	727
การดูสื่อ	1
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	3

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/AArHEdi42Sc	CC	311
YOUTUBE	https://youtu.be/CAknNathaLI	AD	1,146
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839982148964?__tn__=-R	CC	1,756
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839986318964?__tn__=-R	AD	1,621
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2621554947860376?__tn__=-R	CC	3,527
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2689315461095566?__tn__=-R	CC	46,25 5
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/834495780222154?sfns=mo	CC	13,35 7
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111271761872510976	CC	814
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111279306527789057	AD	727

รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือชาตาน **69,514** Views

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 676 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 438 Views

	สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1) ในรุ่นเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางสายตา (มีเสียงบรรยาย) ฉบับไม่มีเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางสายตา	Public	\$ On	Apr 4, 2019 Published	676	0	100.0% 7 likes
	สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1) (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) ในรุ่นเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางสายตา (มีเสียงบรรยาย) ฉบับไม่มีเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางสายตา	Public	\$ On	Apr 4, 2019 Published	438	0	85.7% 6 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 810 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 896 Views

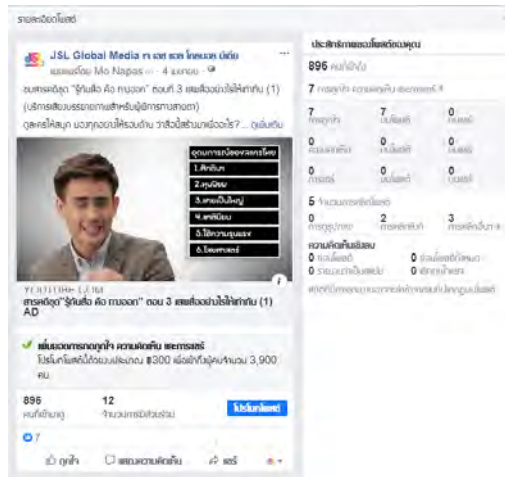


สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)
ในรุ่นเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางสายตา (มีเสียงบรรยาย) ฉบับไม่มีเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางสายตา

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) ในรุ่นเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางสายตา (มีเสียงบรรยาย) ฉบับไม่มีเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางสายตา

👍 810
💬 5

Aphiwat Buathongjan ec Kamika Nualino



FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,559 Views



FACEBOOK KIKDUU

ยอด 45,484 Views



FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 7,745 Views



TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 967 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 946 Views



สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/cEDAu34Cz6g	CC	676
YOUTUBE	https://youtu.be/nKLCW79cp1c	AD	438
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156855881858964?__tn__=-R	CC	810
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156855916943964/	AD	896
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2633020726713798?__tn__=-R	CC	2,559
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2700645919962520?__tn__=-R	CC	45,484
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/838475263157539?sfns=mo	CC	7,745
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113727943425974273	CC	954
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113735671061987328	AD	946

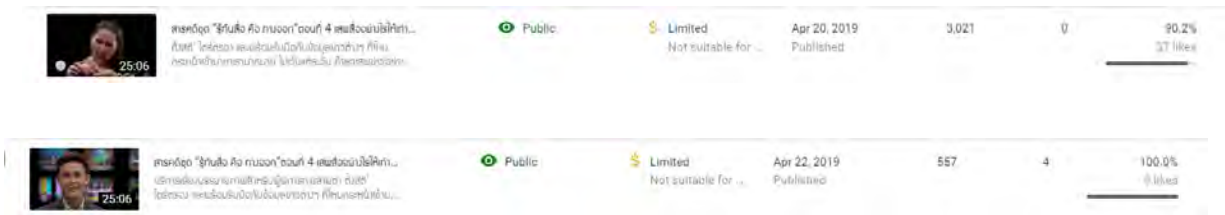
รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1) **60,508** Views

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)

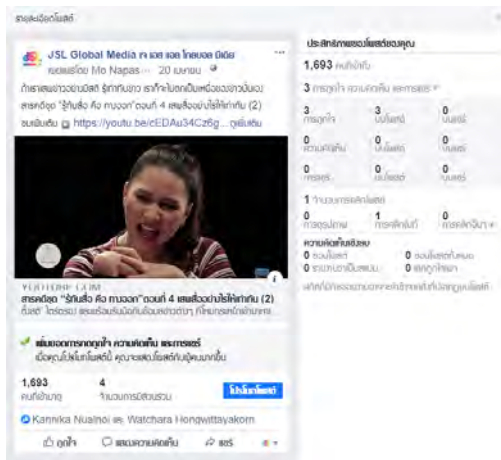
YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 3,021 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 557 Views



FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,693 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,301 Views



FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,099 Views

ทพจ จอห์จาย
แชร์วิดีโอ Mo Napas · 20 เมษายน ·

การประชาสัมพันธ์สินค้า บริการใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ด้วยคอนเทนต์และ
สตรีตวิดีโอ "รู้กันสื่อ คือ ททตจ" ตอนที่ 4 ขั้นตอนนำไปใช้ทำกัน (2)
ฉบับเต็ม ดู <https://youtu.be/EEDAuS4CrBg> ดูฉบับเต็ม

11:21:11 PM · 13,361

สตรีตวิดีโอ "รู้กันสื่อ คือ ททตจ" ตอนที่ 4 ขั้นตอนนำไปใช้ทำกัน (2)
ฉบับเต็ม โหลดดู และแชร์บนอินทราเน็ตของหน่วยงาน ที่เขตรักษาพันธุ์นกเขา...

👍 **ขั้นตอนการถอดทำ ความรู้กัน แะแชร์**
นำไปใช้สื่อด้วยคอนเทนต์ #33 เมื่อเข้าไปดูจำนวน 420 คน

2,099 คนที่เข้าชม 29 ใจและการโต้ตอบ [คลิกเพื่อดู](#)

13 แท็ก 1 แชร์

👍 🗨️ 📄 📌 📎

ประวัติการแชร์วิดีโอของคุณ
2,099 คนที่แชร์

19 การดูวิดีโอ ความรู้กัน แะแชร์ *

18	16	3
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	แชร์
0	0	0
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	แชร์
1	1	0
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	แชร์

10 ใจและการแชร์วิดีโอ

1	7	2
การดูวิดีโอ	การแชร์วิดีโอ	การดูวิดีโอ

ความหมายที่ซ่อน

0	0	0
การดูวิดีโอ	การดูวิดีโอ	การดูวิดีโอ
0	0	0
การดูวิดีโอ	การดูวิดีโอ	การดูวิดีโอ

คลิกเพื่อดูประวัติการแชร์วิดีโอของคุณ

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 66,911 Views

KikDuu คิกดู
แชร์วิดีโอ Mo Napas · 20 เมษายน ·

การประชาสัมพันธ์สินค้า บริการใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ด้วยคอนเทนต์และ
สตรีตวิดีโอ "รู้กันสื่อ คือ ททตจ" ตอนที่ 4 ขั้นตอนนำไปใช้ทำกัน (2)
ฉบับเต็ม ดู <https://youtu.be/EEDAuS4CrBg> ดูฉบับเต็ม

11:21:11 PM · 13,361

สตรีตวิดีโอ "รู้กันสื่อ คือ ททตจ" ตอนที่ 4 ขั้นตอนนำไปใช้ทำกัน (2)
ฉบับเต็ม โหลดดู และแชร์บนอินทราเน็ตของหน่วยงาน ที่เขตรักษาพันธุ์นกเขา...

👍 **ขั้นตอนการถอดทำ ความรู้กัน แะแชร์**
นำไปใช้สื่อด้วยคอนเทนต์ #970 เมื่อเข้าไปดูจำนวน 12,000 คน

66,911 คนที่เข้าชม 447 ใจและการโต้ตอบ [คลิกเพื่อดู](#)

13 แท็ก 2 แชร์

👍 🗨️ 📄 📌 📎

👍 🗨️ 📄 📌 📎

ประวัติการแชร์วิดีโอของคุณ
66,911 คนที่แชร์

267 ความหมายที่ซ่อน แะแชร์ *

267	261	0
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	การดูวิดีโอ
2	2	0
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	การดูวิดีโอ
1	1	0
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	การดูวิดีโอ
1	1	0
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	การดูวิดีโอ
0	0	0
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	การดูวิดีโอ
2	2	0
การดูวิดีโอ	วิดีโอ	การดูวิดีโอ

181 ใจและการแชร์วิดีโอ

26	50	63
การดูวิดีโอ	การแชร์วิดีโอ	การดูวิดีโอ

ความหมายที่ซ่อน

1	1	0
การดูวิดีโอ	การดูวิดีโอ	การดูวิดีโอ
0	0	0
การดูวิดีโอ	การดูวิดีโอ	การดูวิดีโอ

คลิกเพื่อดูประวัติการแชร์วิดีโอของคุณ

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,715 Views

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 996 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,006 Views

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/cEDAu34Cz6g	CC	3,021
YOUTUBE	https://youtu.be/nKlCW79cp1c	AD	557
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156891938433964/	CC	1,693
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156896741798964?__tn__=-R	AD	1,301
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2659473750735162/	CC	2,099
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2726728947354217/	CC	66,911
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/847874205550978?sfns=mo	CC	11,715
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120605436774735874	CC	996
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120605658380820480	AD	1,006

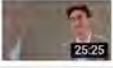
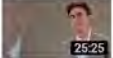
รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) **89,299** Views

สรุปยอด สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน

สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 5 คนนำสื่อ

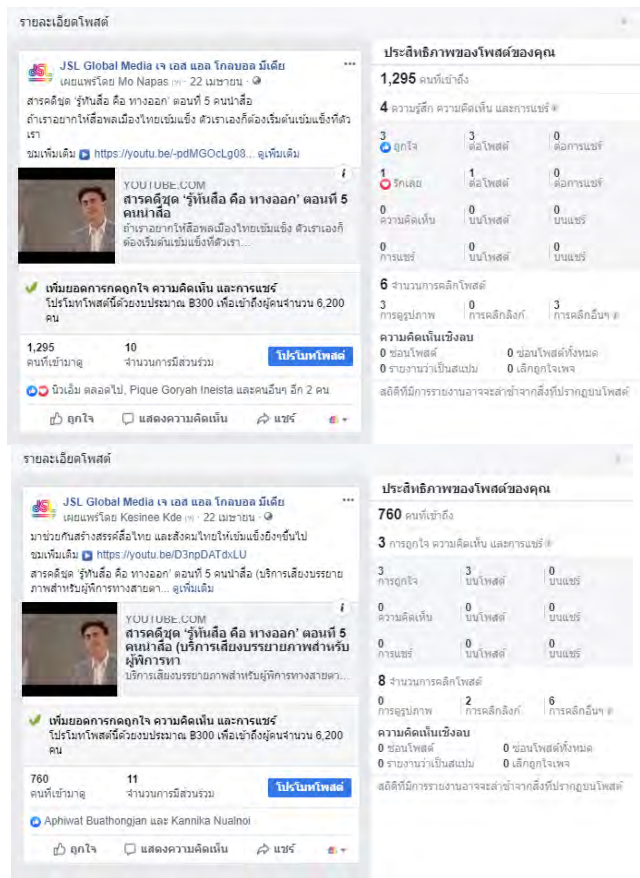
YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,948 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 544 Views

	สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 5 คนนำสื่อ ทำเรื่องยากที่สื่อและองค์กรเนชั่นไทยต้องทำคือเรื่องคนนำสื่อ... ผู้จัดทำ: Mo Napas · 22 เมษายน · 2019	Public	On	Apr 22, 2019 Published	1,948	3	82.2% 37 likes
	สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 5 คนนำสื่อ (บริการเส... บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา... ผู้จัดทำ: Mo Napas · 22 เมษายน · 2019	Public	On	Apr 22, 2019 Published	544	0	87.5% 7 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,295 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 760 Views



รายการเผยแพร่โพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 22 เมษายน · 2019

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพอดเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มตั้งแต่ตัวเรา...
ขอเพิ่มเต็ม <https://youtu.be/pdMG0cLg08...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพอดเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มตั้งแต่ตัวเรา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้โพสต์ด้วยประมาณ 3300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,295 คนที่เข้ามาดู 10 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍👎🗨️👤🔗

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,295 คนที่เข้าถึง

4 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

3 ถูกใจ	3 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 รักเลย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ต่อโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

6 จำนวนการคลิกโพสต์

3 การดูภาพ	0 การคลิกลิงก์	3 การคลิกอื่นๆ #
------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายการเผยแพร่โพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Kesinee Kide · 22 เมษายน · 2019

มาช่วยกันสร้างสรรคดีไทย และสังคมไทยให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นไป
ขอเพิ่มเต็ม <https://youtu.be/D3npDATdLU>

สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 5 คนนำสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา...
บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา...
ผู้จัดทำ: Mo Napas · 22 เมษายน · 2019

YOU TUBE.COM
สารคดีชุด "รู้ทันสื่อ คือ ทางออก" ตอนที่ 5 คนนำสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา
บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้โพสต์ด้วยประมาณ 3300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

760 คนที่เข้ามาดู 11 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍👎🗨️👤🔗

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
760 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

3 การถูกใจ	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

8 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูภาพ	2 การคลิกลิงก์	6 การคลิกอื่นๆ #
------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกดูใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 1,434 Views

รายละเอียดโพสต์

การเจ้า Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 22 เมษายน ·

สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีลือลือเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มเข้มแข็งที่ตัวเรา
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/-pdMG0cLg08...> ดูเพิ่มเติม



YOU TUBE . COM
สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีลือลือเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มเข้มแข็งที่ตัวเรา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
มีโปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 420 คน

1,434 คนที่เข้ามาดู 23 จำนวนการมีส่วนร่วม

7 1 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,434 คนที่เข้ามาดู

9 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

8 การถูกใจ	8 เป็นมิตร	0 เป็นลบ
0 ความคิดเห็น	0 เป็นมิตร	0 เป็นลบ
1 การแชร์	1 เป็นมิตร	0 เป็นลบ

14 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกวิดีโอ	12 การคลิกวิดีโอ
---------------	-----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 คอมเมนต์	0 คอมเมนต์ที่ซ่อน
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 แชร์จากใจเท็จ

สถิติที่มีกรรมการแนะนำจะลบล้างการตั้งค่าโปรโมทโพสต์


FACEBOOK KIKDUU

ยอด 57,837 Views

รายละเอียดโพสต์

KIKDUU กิ๊กดู๋
เผยแพร่โดย Mo Napas · 22 เมษายน ·

สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีลือลือเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มเข้มแข็งที่ตัวเรา
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/-pdMG0cLg08...> ดูเพิ่มเติม



YOU TUBE . COM
สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีลือลือเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มเข้มแข็งที่ตัวเรา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
มีโปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿970 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 20,000 คน

57,837 คนที่เข้ามาดู 461 จำนวนการมีส่วนร่วม

212 4 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

57,837 คนที่เข้ามาดู

230 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์

221 ถูกใจ	215 คือโพสต์	6 คือการแชร์
2 หัวเราะ	2 คือโพสต์	0 คือการแชร์
3 ความคิดเห็น	3 เป็นโพสต์	0 เป็นแชร์
4 การแชร์	4 เป็นโพสต์	0 เป็นแชร์

231 จำนวนการคลิกโพสต์

8 การดูรูปภาพ	73 การคลิกลิงก์	150 การคลิกวิดีโอ
---------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

3 ซ่อนโพสต์	4 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 แชร์จากใจเท็จ

สถิติที่มีกรรมการแนะนำจะลบล้างการตั้งค่าโปรโมทโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 8,985 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by Perspective Admin | 22 April

สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มตั้งแต่เริ่มที่ตัวเรา
ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/-pdMGOcLg08>... See more

YOUTUBE.COM
สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มตั้งแต่เริ่มที่ตัวเรา...

8,985 People reached | 163 Engagements | Boost Unavailable

นางคำมาวรีดี อีพเทค, Danika Piyo and 55 others | 3 shares

Like | Comment | Share

Performance for your post

8,985 People Reached

62 Likes, Comments & Shares

59 Likes	59 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
3 Shares	3 On Post	0 On Shares

101 Post Clicks

8 Photo views	21 Link clicks	72 Other Clicks
---------------	----------------	-----------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post | 0 Hide all posts
0 Report as spam | 0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 1,112 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,124 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ
ถ้าเราอยากให้อีพพลเมืองไทยเข้มแข็ง ตัวเราเองก็ต้องเริ่มตั้งแต่เริ่มที่ตัวเรา
ชมเพิ่มเติม ▶ youtu.be/-pdMGOcLg08

#สื่อต้องโปร่งใสเท่านั้น

มองเห็น 1,112
จำนวนคนที่มองเห็นโพสต์นี้

การมีส่วนร่วมทั้งหมด 5
จำนวนคนที่โต้ตอบกับโพสต์นี้

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

มาช่วยกันสร้างสรรคดีสื่อไทย และสังคมไทยให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นไป
ชมเพิ่มเติม ▶ youtu.be/D3npDATdxLU

สารคดีชุด 'รู้ทันสื่อ คือ ทางออก' ตอนที่ 5 คนนำสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
#สื่อต้องโปร่งใสเท่านั้น

มองเห็น 1,124
จำนวนคนที่มองเห็นโพสต์นี้

การมีส่วนร่วมทั้งหมด 1
จำนวนคนที่โต้ตอบกับโพสต์นี้

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/-pdMGOcLg08	CC	1,948
YOUTUBE	https://youtu.be/D3npDATdxLU	AD	544
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156896693503964?__tn__=-R	CC	1,295
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156896771323964?__tn__=-R	AD	760
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2663037760378761/	CC	1,434
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2730301830330262/	CC	57,837
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/849111708760561?sfns=mo	CC	8,985
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120220967186251777	CC	1,112
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120605804980125696	AD	1,124

รวมยอด Views ของ สารคดีชุด “รู้ทันสื่อ คือ ทางออก” ตอนที่ 5 คนนำสื่อ 75,039 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 504 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,483 Views

Thumbnail	Title	Visibility	Monetization	Published	Views	Comments	Engagement
	TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา	Public	On	Mar 19, 2019	504	0	66.7% 2 likes
	TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)	Public	On	Mar 19, 2019	1,483	0	88.2% 15 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,013 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,159 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 20 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/LqGizkd3B1Q>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา
ดูรายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมฟังติดตามข่าวสาร และนำ ดิฉันรายการ และ แสดงความคิดเห็น น...

เพิ่มยอดการถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
ไปโมทโพสต์นี้ด้วยประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,013 คนที่เข้ามาดู 12 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปโมทโพสต์](#)

เจ เจ และ Kannika Nualnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 📤 แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,013 คนที่เข้าถึง

2 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

2 การถูกใจ	2 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

10 จำนวนการคลิกโพสต์

2 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	7 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 20 มีนาคม เวลา 18:00 น. ·

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/04sacvHhgXo>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ดูรายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา ...

เพิ่มยอดการถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
ไปโมทโพสต์นี้ด้วยประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,159 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปโมทโพสต์](#)

Kannika Nualnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 📤 แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,159 คนที่เข้าถึง

1 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

1 การถูกใจ	1 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

7 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	3 การคลิกลิงก์	4 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 6,214 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by Perspective Admin on 20 March

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/LqGi2kd3B1Q>
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน... See more

Performance for your post

6,214 People Reached

27 Likes, Comments & Shares

26 Likes	26 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
1 Shares	1 On Post	0 On Shares

210 Post Clicks

45 Photo views	25 Link clicks	140 Other Clicks
----------------	----------------	------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post	0 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts.

6,214 People reached 237 Engagements Boost Unavailable

Story Tommygit, โจ๊กเกอร์ โลกอินเตอร์ and 24 others 1 share

Like Comment Share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 751 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 792 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา

ชมเพิ่มเติม youtu.be/LqGi2kd3B1Q

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา
ดูรายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมฟังติดตามข่าวสาร และ...
ดูรายการทีวีย้อนหลัง และแสดงความคิดเห็น ผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้...
@youtube.com

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/LqGi2kd3B1Q>

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน <https://youtu.be/LqGi2kd3B1Q>

มองเห็น
จำนวนผู้ทวิตเกี่ยวกับทวีตนี้ในขณะนี้

751

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา

ชมเพิ่มเติม youtu.be/04sacvHgXo

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิ...
ดูรายการทีวีย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมฟังติดตามข่าวสาร...
และดูรายการทีวีย้อนหลัง และแสดงความคิดเห็น ผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้...
@youtube.com

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/04sacvHgXo>

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน <https://youtu.be/04sacvHgXo>

มองเห็น
จำนวนผู้ทวิตเกี่ยวกับทวีตนี้ในขณะนี้

792

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/LqGi2kd3B1Q	CC	504
YOUTUBE	https://youtu.be/04sacvhHgXo	AD	1,483
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156821600448964/	CC	1,013
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156821872708964/	AD	1,159
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2608153405867197/	CC	1,586
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2675932689100510/	CC	38,716
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/829880044017061?sfns=mo	CC	6,214
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1108303741856305152	CC	751
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1108347830798700544	AD	792

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 1 เนียนโฆษณา **52,218** Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 353 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 348 Views

	TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ดูจากสถิติในขณะนี้ พบว่าวิดีโอของพวกเรา ได้รับคำชมเชยจากผู้ชมและผู้ติดตาม... ดูจากสถิติในขณะนี้ พบว่าวิดีโอของพวกเรา ได้รับคำชมเชยจากผู้ชมและผู้ติดตาม...	Public	On	Mar 19, 2019 Published	353	0	
	TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ... ดูจากสถิติในขณะนี้ พบว่าวิดีโอของพวกเรา ได้รับคำชมเชยจากผู้ชมและผู้ติดตาม... ดูจากสถิติในขณะนี้ พบว่าวิดีโอของพวกเรา ได้รับคำชมเชยจากผู้ชมและผู้ติดตาม...	Public	On	Mar 19, 2019 Published	348	0	100.0% 3 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,372 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1.370 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 20 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/SiORGVXIdDo>
คลิกเพื่อดูตัวอย่างวิดีโอ

YouTube.COM
TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ดูจากสถิติในขณะนี้ พบว่าวิดีโอของพวกเรา ได้รับคำชมเชยจากผู้ชมและผู้ติดตาม...
ดูจากสถิติในขณะนี้ พบว่าวิดีโอของพวกเรา ได้รับคำชมเชยจากผู้ชมและผู้ติดตาม...

เพิ่มยอดการคลิกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ \$300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 6,200 คน

1,372 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Kannika Nuahnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌈

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,372 คนที่เข้าถึง

1 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

1 การถูกใจ	1 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

7 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	6 การคลิกมีเดีย #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอว์โพสต์	0 ชอว์โพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 20 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/SiORGVXIdDo>
คลิกเพื่อดูตัวอย่างวิดีโอ

YouTube.COM
TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ดูจากสถิติในขณะนี้ พบว่าวิดีโอของพวกเรา ได้รับคำชมเชยจากผู้ชมและผู้ติดตาม...
ดูจากสถิติในขณะนี้ พบว่าวิดีโอของพวกเรา ได้รับคำชมเชยจากผู้ชมและผู้ติดตาม...

เพิ่มยอดการคลิกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ \$300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 6,200 คน

1,370 คนที่เข้ามาดู 6 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

เอ็ด อุกสาวท่า จันท์สิงห์ และ Kannika Nuahnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌈

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,370 คนที่เข้าถึง

2 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

2 การถูกใจ	2 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

4 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	0 การคลิกลิงก์	4 การคลิกมีเดีย #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอว์โพสต์	0 ชอว์โพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะไม่ซ้ำจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 1,865 Views

รายละเอียดโพสต์

หน้าเพจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 20 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 2 โยนถนอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/z3uWLI5GU0>
#เสด็จฉบับโรตีกาแฟ

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,865 คนที่เข้าถึง

11 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

11 การถูกใจ	11 ความคิดเห็น	0 แชร์
0 ความคิดเห็น	0 แชร์	0 แชร์
0 การแชร์	0 แชร์	0 แชร์

39 จำนวนการคลิกโพสต์

1 การดูรูปภาพ	8 การคลิกลิงก์	30 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ซ่อนโพสต์	0 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 อีเมลถูกใจ

สถิติการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 2 โยนถนอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
รายการนี้ย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร แนะนำ ตีชมรายการ...

เพิ่มยอดการถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์บนโพสต์นี้ด้วยประมาณ 50 คน

1,865 คนที่เข้ามาดู · 50 จำนวนการมีส่วนร่วม

11

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 42,896 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิกดู
เผยแพร่โดย Mo Napas · 20 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 2 โยนถนอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/z3uWLI5GU0>
#เสด็จฉบับโรตีกาแฟ

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
42,896 คนที่เข้าถึง

191 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

182 ถูกใจ	177 ความคิดเห็น	5 แชร์
2 รักเลย	2 ความคิดเห็น	0 แชร์
4 ความคิดเห็น	0 แชร์	4 แชร์
3 การแชร์	2 แชร์	1 แชร์

259 จำนวนการคลิกโพสต์

4 การดูรูปภาพ	60 การคลิกลิงก์	195 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

2 ซ่อนโพสต์	3 ซ่อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 อีเมลถูกใจ

สถิติการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 2 โยนถนอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
รายการนี้ย้อนหลัง รวมถึงคลิปล่าสุดของเรา พร้อมทั้งติดตามข่าวสาร แนะนำ ตีชมรายการ...

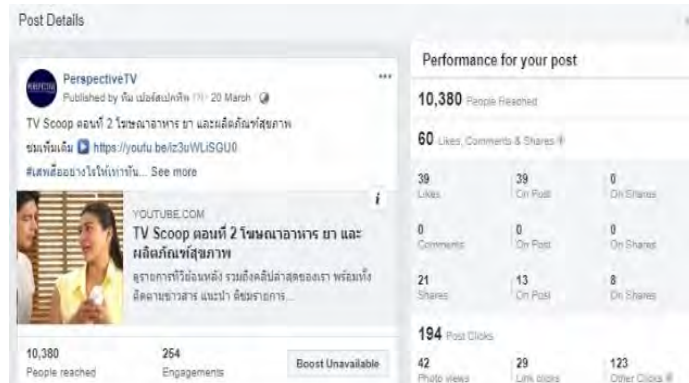
เพิ่มยอดการถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์บนโพสต์นี้ด้วยประมาณ 450 คน

42,896 คนที่เข้ามาดู · 450 จำนวนการมีส่วนร่วม

173 คน แชร์ 2 ครั้ง

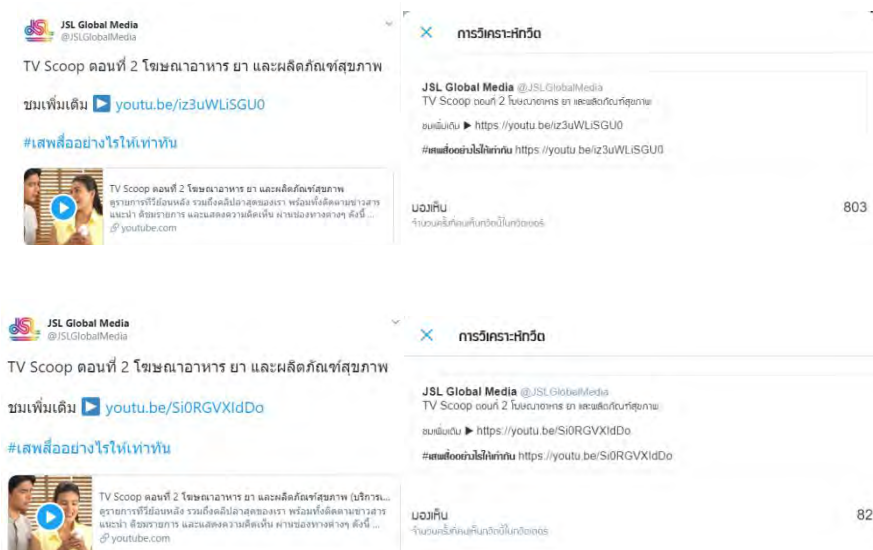
FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 10,380 Views



TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 803 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 828 Views



สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/iz3uWLiSGU0	CC	353
YOUTUBE	https://youtu.be/Si0RGVXldDo	AD	348
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156821604343964	CC	1,372
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156821874748964/	AD	1,370
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2608157842533420/	CC	1,865
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2675936555766790/	CC	42,896
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/829881380683594?sfns=mo	CC	10,380
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1108352572748759041	CC	803
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1108367627959726080	AD	828

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ 60,215 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง

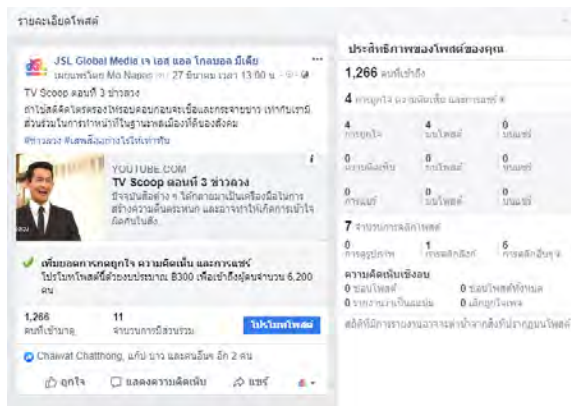
YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,367 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,939 Views

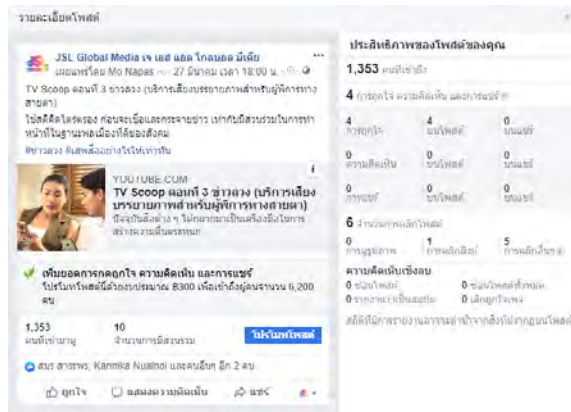
	TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง จากบนสุดของ 1 ได้กลายมาเป็นเรื่องราวซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับ... คุณและเราจะได้รู้ถึงเรื่องราวเกี่ยวกับเรื่องนี้... 1:01	Public	On	Mar 28, 2019 Published	1,367	1	91.7% 27 likes
	TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับ... ผู้พิการทางสายตา) ได้กลายมาเป็นเรื่องราวซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับ... คุณและเราจะได้รู้ถึงเรื่องราวเกี่ยวกับเรื่องนี้... 1:01	Public	On	Mar 28, 2019 Published	1,939	0	72.7% 16 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,266 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,353 Views



Facebook post from JSL Global Media. The post text includes: "TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง" and "ใช้สติคือใครตรง? คุณจะมีชื่อเสียงและกระแสวิงๆ เก่งๆในวงการ...". The post shows 1,266 likes and 11 comments. A comment from Chaiwat Chatthong is visible. The right sidebar shows engagement statistics for the post.



Facebook post from JSL Global Media. The post text includes: "TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)" and "ใช้สติคือใครตรง? คุณจะมีชื่อเสียงและกระแสวิงๆ เก่งๆในวงการ...". The post shows 1,353 likes and 10 comments. A comment from Sam Sathorn, Kamilla Nualnoi is visible. The right sidebar shows engagement statistics for the post.

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,723 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 27 มีนาคม เวลา 13:00 น. · 0 · 0

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง

ถ้าไม่สติคิดไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนจะเชื่อและกระจายข่าว เท่ากับเรามีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม
#ข่าวลวง #เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความตื่นตระหนก และอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในสิ่ง...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,723 คนที่เข้ามาดู 52 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

13 แชร์ 2 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

2,723 คนที่เข้าถึง

19 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

16 ถูกใจ	12 ต่อโพสต์	4 ต่อการแชร์
1 รักเลย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
2 การแชร์	2 บนโพสต์	0 บนแชร์

33 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	10 การคลิกลิงก์	23 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ข้อนโพสต์	0 ข้อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 37,066 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิกดู
เผยแพร่โดย Mo Napas · 27 มีนาคม เวลา 13:00 น. · 0 · 0

TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง

ถ้าไม่สติคิดไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนจะเชื่อและกระจายข่าว เท่ากับเรามีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม
#ข่าวลวง #เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง
ปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความตื่นตระหนก และอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในสิ่ง...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

37,066 คนที่เข้ามาดู 396 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

152 ความคิดเห็น 1 รายการ แชร์ 1 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

37,066 คนที่เข้าถึง

155 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

152 ถูกใจ	152 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 รักเลย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 ความคิดเห็น	1 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

241 จำนวนการคลิกโพสต์

4 การดูรูปภาพ	78 การคลิกลิงก์	159 การคลิกอื่นๆ #
---------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

1 ข้อนโพสต์	1 ข้อนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 7,437 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by ทีม เพลิดเพลินทีวี · 27 March at 13:00 · 🌐 · 📺

TV Scoop ตอนที่ 3 ชาวลง
ถ้าใช้สติคิดไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนจะเชื่อและกระจายข่าว เท่ากับเรามีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม
<https://youtu.be/QSu8aQmIFw...> See more

Performance for your post

7,437 People Reached

45 Reactions, comments & shares

43 Likes	43 On post	0 On shares
1 Love	1 On post	0 On shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
1 Shares	1 On Post	0 On Shares

142 Post Clicks

27 Photo views	28 Link clicks	87 Other Clicks
----------------	----------------	-----------------

7,437 People reached · 187 Engagements · Boost Unavailable

Thananodom Kitaisak Tangmethakul, Sukanya Wiangsin and 42 others · 1 share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 573 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 604 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 3 ชาวลง

ถ้าใช้สติคิดไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนจะเชื่อและกระจายข่าว เท่ากับเรามีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม

#ชาวลง #เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน <https://youtu.be/QSu8aQmIFw...>

TV Scoop ตอนที่ 3 ชาวลง
ถึงฉบับนี้แล้ว... ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความตระหนัก และอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในเรื่อง...

การวิเคราะห์ทวีต

มองเห็น	จำนวนทวีตที่มองเห็นในทวีตของคุณ	573
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	จำนวนทวีตทั้งหมดที่มองเห็น	3

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 3 ชาวลง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

ใช้สติคิดไตร่ตรอง ก่อนจะเชื่อและกระจายข่าว เท่ากับมีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ในฐานะพลเมืองที่ดีของสังคม

#ชาวลง #เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน <https://youtu.be/96W4T9H16Y...>

TV Scoop ตอนที่ 3 ชาวลง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) ... ถึงฉบับนี้แล้ว... ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความตระหนัก และอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในเรื่อง... คำศัพท์ใช้ "ชาวลง" เพื่อ...

การวิเคราะห์ทวีต

มองเห็น	จำนวนทวีตที่มองเห็นในทวีตของคุณ	604
การทูลง	จำนวนทวีตที่มองเห็นในทวีตของคุณ	1
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	จำนวนทวีตทั้งหมดที่มองเห็น	1

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/QSu8aOrmlFw	CC	1,367
YOUTUBE	https://youtu.be/98wW4T9H16Y	AD	1,939
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839539033964?__tn__=-R	CC	1,266
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839545288964?__tn__=-R	AD	1,353
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2621181894564348?__tn__=-R	CC	2,723
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2688922807801498?__tn__=-R	CC	37,066
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/834307320241000?sfns=mo	CC	7,437
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111183684999077888	CC	573
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111236544050790400	AD	604

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 3 ข่าวลวง **54,348** Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 572 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 332 Views

	TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ หากทวงถามคนขอเงินได้คืน... เครื่องรางของขลัง หรือการดูดวงเปลี่ยนขลัง...	Public	On	Mar 28, 2019 Published	572	0	33.3% 1 like
	TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) หากทวงถามคนขอเงินได้คืน... เครื่องรางของขลัง หรือการดูดวงเปลี่ยนขลัง...	Public	On	Mar 28, 2019 Published	332	0	75.0% 3 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,102 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,432 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอช แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas (เขา) · 28 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์
หากทวงถามคนขอเงินได้คืน... เครื่องรางของขลัง หรือการดูดวงเปลี่ยนขลัง...
#เสพยาอย่างไรให้เท่ากัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์
หากทวงถามคนขอเงินได้คืน... เครื่องรางของขลัง หรือการดูดวงเปลี่ยนขลัง...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,102 คนที่เข้ามาดู 10 จำนวนการมีส่วนร่วม ไปรับโพสต์

2 ความคิดเห็น 1 รายการ

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,102 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ	ความคิดเห็น	และการแชร์
2 การถูกใจ	2 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 ความคิดเห็น	1 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

7 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	5 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอช แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas (เขา) · 28 มีนาคม ·

TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
หากทวงถามคนขอเงินได้คืน... เครื่องรางของขลัง หรือการดูดวงเปลี่ยนขลัง...
#เสพยาอย่างไรให้เท่ากัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
หากทวงถามคนขอเงินได้คืน... เครื่องรางของขลัง...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,432 คนที่เข้ามาดู 12 จำนวนการมีส่วนร่วม ไปรับโพสต์

6 ความคิดเห็น 1 รายการ

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,432 คนที่เข้าถึง

8 การถูกใจ	ความคิดเห็น	และการแชร์
7 การถูกใจ	7 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 ความคิดเห็น	1 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

4 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	4 การคลิกลิงก์	0 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,980 Views

กระทิง Johjai
 28 มีนาคม · 🌐

TV Scoop ตอนที่ 4 เพราะทนายยื่นฟ้อง
 ทนายยื่นฟ้องขอเป็นจำเลยหรือใช้ทรัพย์สินในการรับชม โทรทัศน์
 ดัดแปลง

สวัสดีครับไม่ลืมกัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 4 เพราะทนายยื่นฟ้อง
 ทนายยื่นฟ้องขอเป็นจำเลยหรือใช้ทรัพย์สินในการรับชม โทรทัศน์ดัดแปลง

👍 **เพิ่มยอดการดูจาก ความคิดเห็น และการแชร์**
 ยิ่งคุณไม่กดไลค์อื่น คุณจะสนใจตัวนี้มากขึ้น

2,980 คนที่เข้าชม 58 จำนวนการมีส่วนร่วม [ปิดโฆษณา](#)

13

👤 ยูทูป 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
 2,980 คนที่เข้าถึง

13 การถูกใจ 13 ความคิดเห็น 0 แชร์

0 ความคิดเห็น 0 แชร์โพสต์ 0 แชร์

0 การแชร์ 0 แชร์โพสต์ 0 แชร์

45 จำนวนการคลิกโพสต์

2 การดูภาพ 18 การคลิกลิงก์ 25 การคลิกอื่นๆ

ความคิดเห็นเชิงลบ
 1 แชร์โพสต์ 0 แชร์โพสต์ทั้งหมด
 0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 แชร์จากเพื่อน

คลิกเพื่อดูประสิทธิภาพของโพสต์นี้ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 45,202 Views

KikDuu กิ๊กดู๋
 28 มีนาคม · 🌐

TV Scoop ตอนที่ 4 เพราะทนายยื่นฟ้อง
 หากทนายยื่นฟ้องขอเป็นจำเลยหรือใช้ทรัพย์สินในการรับชม โทรทัศน์
 ดัดแปลง

สวัสดีครับไม่ลืมกัน

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 4 เพราะทนายยื่นฟ้อง
 หากทนายยื่นฟ้องขอเป็นจำเลยหรือใช้ทรัพย์สินในการรับชม โทรทัศน์ดัดแปลง

👍 **เพิ่มยอดการดูจากใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
 โบนัสโพสต์คือด้วยประมาณ 8970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

45,202 คนที่เข้าชม 380 จำนวนการมีส่วนร่วม [ปิดโฆษณา](#)

👤 โบนัส Ory Piyawan และคนอื่นๆ อีก 156 คน แชร์ 1 ครั้ง

👤 กิ๊กดู๋ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
 45,202 คนที่เข้าถึง

160 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์

158 ใจ 158 กดโพสต์ 0 กดการแชร์

1 1 แชร์ 1 กดโพสต์ 0 กดการแชร์

0 ความคิดเห็น 0 แชร์โพสต์ 0 แชร์

1 การแชร์ 1 แชร์โพสต์ 0 แชร์

220 จำนวนการคลิกโพสต์

8 การดูภาพ 81 การคลิกลิงก์ 131 การคลิกอื่นๆ

ความคิดเห็นเชิงลบ
 2 แชร์โพสต์ 4 แชร์โพสต์ทั้งหมด
 0 รายงานว่าเป็นสแปม 0 แชร์จากเพื่อน

คลิกเพื่อดูประสิทธิภาพของโพสต์นี้ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 9,227 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by Perspective Admin (· 28 March ·)

TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์
หากเหลือเชื่อเกินความเป็นจริงควรใช้วิจารณญาณในการรับชม โปรดกดคอมเมนต์
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์
หากเหลือเชื่อเกินความเป็นจริงควรใช้วิจารณญาณในการรับชม โปรดกดคอมเมนต์...

9,227 People reached | 145 Engagements | Boost Unavailable

33 | 2 shares

Like | Comment | Share

Performance for your post

9,227 People Reached

36 Likes, Comments & Shares

34 Likes	34 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
2 Shares	2 On Post	0 On Shares

109 Post Clicks

16 Photo views	36 Link clicks	57 Other Clicks
----------------	----------------	-----------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post	1 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 697 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 663 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์
หากเหลือเชื่อเกินความเป็นจริงควรใช้วิจารณญาณในการรับชม โปรดกดคอมเมนต์
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน <https://youtu.be/OPqUKV5SDg>

มองเกิน 697
จำนวนผู้พิมพ์หรือทวีตในข้อต่อ

การมีส่วนร่วมทั้งหมด 2
จำนวนผู้พิมพ์หรือทวีตในข้อต่อ

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
หากเหลือเชื่อเกินความเป็นจริงควรใช้วิจารณญาณในการรับชม โปรดกดคอมเมนต์
#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน https://youtu.be/_jztwZHCSm0

มองเกิน 663
จำนวนผู้พิมพ์หรือทวีตในข้อต่อ

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/pOPqUkV5SDg	CC	572
YOUTUBE	https://youtu.be/_JztwZHCSm0	AD	332
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839968073964?__tn__=-R	CC	1,102
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839966078964?__tn__=-R	AD	1,432
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2621539441195260?__tn__=-R	CC	2,980
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2689302811096831?__tn__=-R	CC	45,202
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/834458150225917?sfns=mo	CC	9,227
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111258759928545286	CC	697
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111258087178919940	AD	663

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ **62,207** Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ

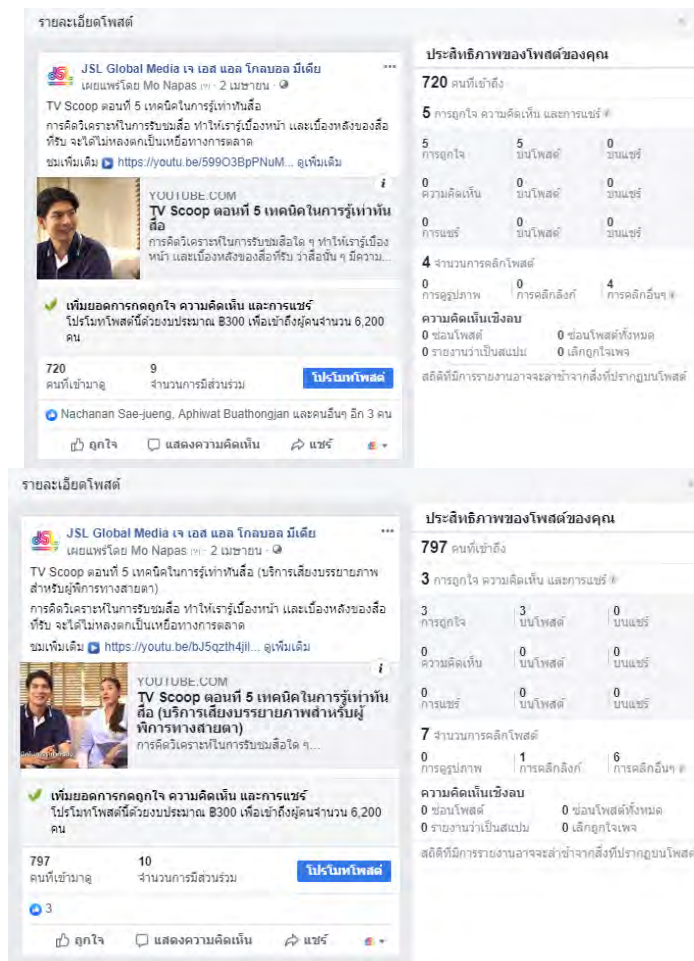
YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 594 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 266 Views



FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 720 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 797 Views



FACEBOOK JOHJAI

ยอด 3,532 Views

รายละเอียดโพสต์

เพจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 2 เมษายน · ๓

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้ทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับสื่อสิ่งใด ๆ ก็ให้รู้ถึงที่มา และเบื้องหลังของสื่อ
จะได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด
ชมเพิ่มเติม >> <https://youtu.be/599O3BpPNuM> ดูเพิ่มเติม

YUI YUI 12 มี.

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้ทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับสื่อสิ่งใด ๆ ก็ให้รู้ถึงที่มา และเบื้องหลังของสื่อ

👍 **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
เมื่อคุณโพสต์ในโซเชียล คุณจะได้รับเซตของขวัญเหล่านี้

3,532 คนเข้าชม 59 จำนวนการมีส่วนร่วม **ไปรับของขวัญ**

👍 13 🗨️ ๑ 📄 1

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

3,532 คนเข้าชม

15 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

13 การถูกใจ	13 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
2 การแชร์	1 คนโพสต์	1 คนแชร์

44 จำนวนการคลิกโพสต์

8 การดูรูปภาพ	14 การคลิกวิดีโอ	22 การคลิกอื่นๆ #
---------------	------------------	-------------------

ความคิดเห็นทั้งหมด

0 คอมเมนต์	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 ส่งคำติชม	

สถิติที่ทำการรายงานอาจจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 50,597 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu คิกดู
เผยแพร่โดย Mo Napas · 2 เมษายน · ๓

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้ทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับสื่อ สิ่งใดที่เราไม่รู้เรื่องหน้า และเบื้องหลังของสื่อ
ที่รับ จะไม่ได้หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด
ชมเพิ่มเติม >> <https://youtu.be/599O3BpPNuM> ดูเพิ่มเติม

YOU I UBE.COM

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้ทันสื่อ
การคิดวิเคราะห์ในการรับสื่อสิ่งใด ๆ ก็ทำให้เรารู้เบื้อง
หน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับ ว่าสื่อชิ้น ๆ มีความ...

👍 **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
เมื่อโพสต์ในโซเชียลมีเดียของคุณ ประมาณ ๘970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

50,597 คนเข้าชม 498 จำนวนการมีส่วนร่วม **ไปรับของขวัญ**

👍 175 🗨️ ๑ 📄 1

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

50,597 คนเข้าชม

181 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

179 ถูกใจ	179 คอมเมนต์	0 การแชร์
1 ว้าว	1 คอมเมนต์	0 การแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
1 การแชร์	1 คนโพสต์	0 คนแชร์

317 จำนวนการคลิกโพสต์

7 การดูรูปภาพ	52 การคลิกวิดีโอ	258 การคลิกอื่นๆ #
---------------	------------------	--------------------

ความคิดเห็นทั้งหมด

2 คอมเมนต์	4 คอมเมนต์ที่ถูกลบ
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่ทำการรายงานอาจจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,818 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by Perspective Admin (n) · 2 April · 🌐

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
การศรัทธาในการรับชมสื่อ ทำให้เรารู้เบื้องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับชมได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด
ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/599O3BpPNuM>... See more

Performance for your post

11,818 People Reached

76 Likes, Comments & Shares

63 Likes	63 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
12 Shares	13 On Post	0 On Shares

214 Post Clicks

36 Photo views	22 Link clicks	156 Other Clicks
----------------	----------------	------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post	0 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts.

11,818 People reached **290** Engagements **Boost Unavailable**

58 13 shares

Like Comment Share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 1,011 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 984 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ

การศรัทธาในการรับชมสื่อ ทำให้เรารู้เบื้องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับชมได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด

ชมเพิ่มเติม ▶ youtu.be/599O3BpPNuM

#เสปสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ
การศรัทธาในการรับชมสื่อ ทำให้เรารู้เบื้องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับชมได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด
ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/599O3BpPNuM>

การวิเคราะห์ทวีต

มองคืน	1,011
การดูสื่อ	1
การมีส่วนร่วมในบท	3

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

การศรัทธาในการรับชมสื่อ ทำให้เรารู้เบื้องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับชมได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด

ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/bJ5qzth4jii> ... <https://youtu.be/bJ5qzth4jii>

TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
การศรัทธาในการรับชมสื่อ ทำให้เรารู้เบื้องหน้า และเบื้องหลังของสื่อที่รับชมได้ไม่หลงตกเป็นเหยื่อทางการตลาด
ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/bJ5qzth4jii>

การวิเคราะห์ทวีต

มองคืน	984
--------	-----

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/599O3BpPNuM	CC	594
YOUTUBE	https://youtu.be/bJ5qzth4jil	AD	266
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://web.facebook.com/158003398963/posts/10156850642063964/	CC	720
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://web.facebook.com/158003398963/posts/10156850677733964/	AD	797
FACEBOOK JOHJAI	https://web.facebook.com/125736337442262/posts/2629412420407962/	CC	3,532
FACEBOOK KIKDUU	https://web.facebook.com/166318706728600/posts/2697068280320284/	CC	50,597
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/837240986614300?sfns=mo	CC	11,818
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1112957870587305985	CC	1,011
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113018261329739778	AD	984

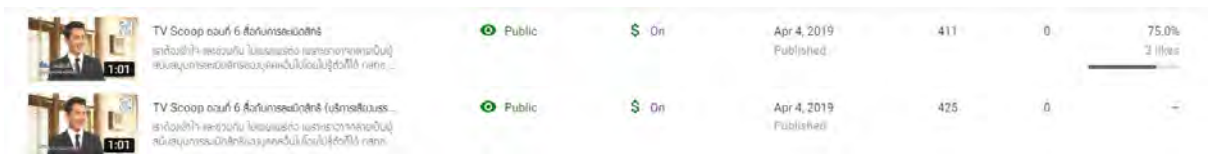
รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ 70,319 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

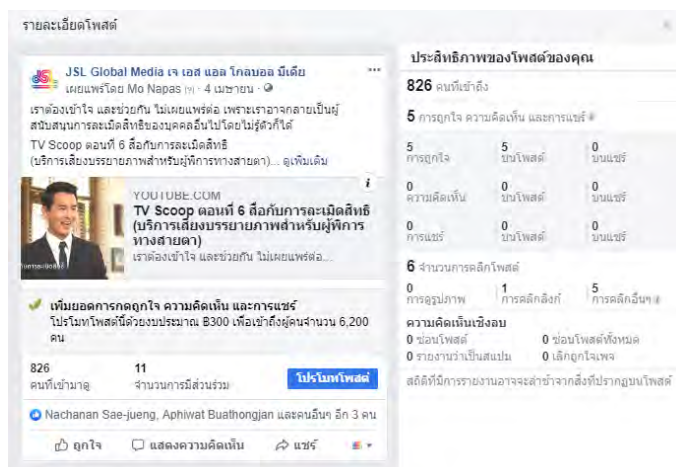
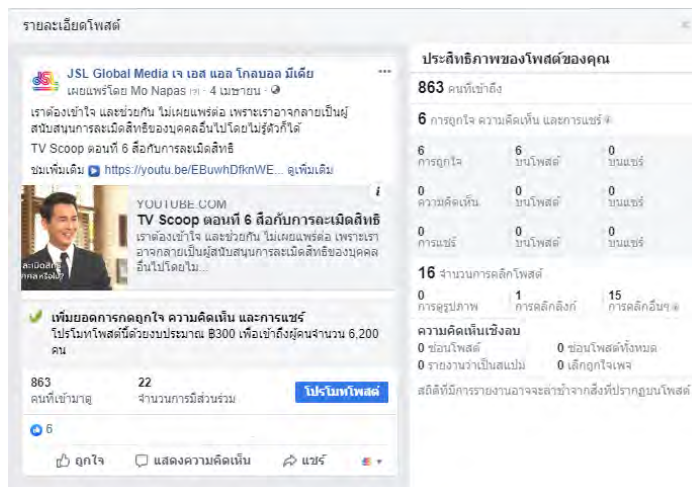
YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 411 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 425 Views



FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 863 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 826 Views



FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,659 Views

หน้า Johjai
เมฆพรโยม Mo Napas · 4 เมษายน ·

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่นอยแพ้ต่อ เพราะเราจากกลายเป็นผู้สนับสนุนการ
ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ของคนไทยในอุตสาหกรรม
TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดลิขสิทธิ์
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EBUwhDfktWE...> ดูเพิ่มเติม

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
นี่คือคุณไม่รู้จักในโซเชียลมีเดียของคุณแล้วใช่ไหม? คุณอาจจะสนใจดูเพิ่มเติม

2,659 คนที่เข้าชม 73 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปดูในวิดีโอ](#)

14 แชร์ 1 คลิป

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,659 คนที่เข้าชม

17 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

15 การถูกใจ	15 ไม่สนใจ	0 ไม่แชร์
0 ความคิดเห็น	0 ไม่สนใจ	0 ไม่แชร์
2 การแชร์	1 ไม่สนใจ	1 ไม่แชร์

56 จำนวนการกดถูกใจในโพสต์

0 การถูกใจ	8 การกดถูกใจ	48 การกดถูกใจในวิดีโอ
------------	--------------	-----------------------

ความคิดเห็นที่สนใจ

0 ตอบกลับ	0 ตอบกลับในวิดีโอ
0 จำนวนความคิดเห็น	0 ติ๊กถูกใจในโพสต์

สถิติที่มักตรวจสอบจากสิ่งต่างๆที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 48,392 Views

Kikduu Kikduu
เมฆพรโยม Mo Napas · 4 เมษายน ·

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่นอยแพ้ต่อ เพราะเราจากกลายเป็นผู้
สนับสนุนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ของคนไทยในอุตสาหกรรม
TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดลิขสิทธิ์
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EBUwhDfktWE...> ดูเพิ่มเติม

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
นี่คือโพสต์ที่คุณควรรู้จักประมาณ 8970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

48,392 คนที่เข้าชม 650 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปดูในวิดีโอ](#)

239 แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
48,392 คนที่เข้าชม

244 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

242 ถูกใจ	242 ไม่สนใจ	0 ไม่แชร์
2 ติ๊กถูกใจ	2 ไม่สนใจ	0 ไม่แชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

406 จำนวนการคลิกโพสต์

13 การดูรูปภาพ	88 การคลิกลิงก์	305 การคลิกวิดีโอ
----------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นที่สนใจ

3 ตอบกลับ	1 ตอบกลับในวิดีโอ
0 ราชอาณาจักรในสแปม	0 ติ๊กถูกใจในโพสต์

สถิติที่มักตรวจสอบจากสิ่งต่างๆที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 10,836 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by Perspective Admin (re) 4 April · 🌐

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EBuwHDFknWE...> See more

Performance for your post

10,836 People Reached

71 Likes, Comments & Shares #

65 Likes	65 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
6 Shares	6 On Post	0 On Shares

166 Post Clicks

14 Photo views	16 Link clicks	136 Other Clicks #
----------------	----------------	--------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post	0 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

10,836 People reached | 237 Engagements | Boost Unavailable

Supunnee Boonrak, Ichloy R. Rungrat and 80 others | 6 shares

Like Comment Share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 964 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 976 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

ชมเพิ่มเติม youtu.be/EBuwHDFknWE

#เสกสื่ออย่างไรให้หาทัน

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้ กดชม... youtu.be/EBuwHDFknWE

ทวีตวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia	เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้	TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ	ชมเพิ่มเติม https://youtu.be/EBuwHDFknWE	#เสกสื่ออย่างไรให้หาทัน	https://youtu.be/EBuwHDFknWE
มองเห็น	จำนวนครั้งที่คนกดดูในทวีต				964
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	จำนวนครั้งกดไลค์หรือทวิต				3

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

ชมเพิ่มเติม youtu.be/Y8Xev6Uo1l...

TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้ กดชม... youtu.be/Y8Xev6Uo1l...

ทวีตวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia	เราต้องเข้าใจ และช่วยกัน ไม่เผยแพร่ต่อ เพราะเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวก็ได้	TV Scoop ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)	ชมเพิ่มเติม https://youtu.be/Y8Xev6Uo1l...	https://youtu.be/Y8Xev6Uo1l... https://youtu.be/Y8Xev6Uo1l...	
มองเห็น	จำนวนครั้งที่คนกดดูในทวีต				976
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	จำนวนครั้งกดไลค์หรือทวิต				1

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/EBuwhDfknWE	CC	411
YOUTUBE	https://youtu.be/Y8Xev6lUoll	AD	425
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156855960408964/	CC	863
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156855971953964/	AD	826
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2633092830039921/	CC	2,659
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2700711709955941/	CC	48,392
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/838496613155404?sfns=mo	CC	10,836
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113773240395034625	CC	964
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113783299086868481	AD	976

รวมยอด Views ของ **TV Scoop** ตอนที่ 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ **66,352** Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 522 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 214 Views

Thumbnail	Title	Visibility	Monetization	Published	Views	Comments	Engagement
	TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	Public	On	Apr 9, 2019	522	0	75.0% (3 likes)
	TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)	Public	On	Apr 9, 2019	214	0	100.0% (1 like)

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,670 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,432 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 9 เมษายน ·

การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อัปเดตจริง ครบถ้วนแบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้า อาจใช้เป็นข้อมูลในการออกอากาศรูปแบบต่าง ๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ชมเพิ่มเติม [https://youtu.be/ZI_8Q1hHdvw...](https://youtu.be/ZI_8Q1hHdvw) ดูเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
TV_Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อัปเดตจริง ครบถ้วนแบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้า...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,670 คนที่เข้ามาดู 32 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

ณัฐพล พลธานี, Kannika Nualnoi และ รัตนา อรุโณทัย

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,670 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

3 การถูกใจ	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

29 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	0 การคลิกลิงก์	29 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 9 เมษายน ·

การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อัปเดตจริง ครบถ้วนแบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้า อาจใช้เป็นข้อมูลในการออกอากาศรูปแบบต่าง ๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)...

ชมเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
TV_Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
การออกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,432 คนที่เข้ามาดู 7 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Gullida Udamsuwam, Kannika Nualnoi และ ณัฐพล พลธานี

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,432 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์

3 การถูกใจ	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

4 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	3 การคลิกอื่นๆ
---------------	----------------	----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,719 Views

รายละเอียดโพสต์ของคุณ
2,719 คนเข้าชม

33 เกอูเก๋ำ ความเห็น และการแชร์ *

29	25	4
เกอูเก๋ำ	แบบสด	แบบ
0	0	0
ความเห็น	แบบสด	แบบ
4	4	0
การแชร์	แบบสด	แบบ

80 จำนวนการคลิกโพสต์

4	18	58
การดูแบบ	การคลิก	การคลิก

ความคิดเห็นทั้งหมด

0	0	0
ความเห็น	แบบสด	แบบ
0	0	0
ความเห็น	แบบสด	แบบ

คลิกเพื่อดูความคิดเห็นทั้งหมด

2,719 คนเข้าชม 113 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปบนโพสต์](#)

21 [ดู](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#) [...](#)

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 61,587 Views

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
61,587 คนที่เข้าชม

393 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ *

381	374	7
ดูใจ	ดีใจ	ดีใจ
4	4	0
รัก	ดีใจ	ดีใจ
2	2	0
ความคิดเห็น	ดีใจ	ดีใจ
6	6	0
การแชร์	ดีใจ	ดีใจ

440 จำนวนการคลิกโพสต์

1	108	331
การดูแบบ	การคลิก	การคลิก

ความคิดเห็นทั้งหมด

3	6
ความเห็น	ความเห็น
0	0
ความเห็น	ความเห็น

คลิกเพื่อดูความคิดเห็นทั้งหมด

61,587 คนที่เข้าชม 833 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปบนโพสต์](#)

369 [ดู](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#) [...](#)

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,890 Views

Post Details

PerspectiveTV
Published by Perspective Admin (1) · 9 April · Q

การบอกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้ามา อาจเป็นข้อมูลในการกลั่นแกล้งต่างๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ชมเพิ่มเติม ▶ https://youtu.be/Zi_8Q1hHdnw... See more

Performance for your post

11,890 People Reached

110 Reactions, comments & shares

95 Like	93 On post	2 On shares
1 Love	1 On post	0 On shares
2 Comments	2 On Post	0 On Shares
12 Shares	12 On Post	0 On Shares

259 Post Clicks

42 Photo views	27 Link clicks	190 Other Clicks
----------------	----------------	------------------

NEGATIVE FEEDBACK

1 Hide post	0 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

11,890 People reached 368 Engagements Boost Unavailable

92 1 Comment 12 shares

Like Comment Share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 820 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,034 Views

JSL Global Media
@JSLGlobalMedia

การบอกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้ามา อาจเป็นข้อมูลในการกลั่นแกล้งต่างๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ชมเพิ่มเติม ▶ youtu.be/Zi_8Q1hHdnw...

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
การบอกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้ามา อาจเป็นข้อมูลในการกลั่นแกล้งต่างๆ ได้

youtu.be/Zi_8Q1hHdnw...

ทวีตที่เกี่ยวข้อง

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
การบอกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้ามา อาจเป็นข้อมูลในการกลั่นแกล้งต่างๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ชมเพิ่มเติม ▶ https://youtu.be/Zi_8Q1hHdnw... https://youtu.be/Zi_8Q1hHdnw...

มองเห็น 820

ทวีตที่เกี่ยวข้องกับทวีตนี้

ทวีตที่เกี่ยวข้องกับทวีตนี้

ทวีตที่เกี่ยวข้องกับทวีตนี้

JSL Global Media
@JSLGlobalMedia

การบอกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้ามา อาจเป็นข้อมูลในการกลั่นแกล้งต่างๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)..

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)..

การบอกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้ามา อาจเป็นข้อมูลในการกลั่นแกล้งต่างๆ ได้

youtu.be/uuoZa0IXPM

ทวีตที่เกี่ยวข้อง

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
การบอกเรื่องราวส่วนตัว และโพสต์โลเคชั่น อยู่ตรงนั้น ตรงนี้แบบเรียลไทม์ ถ้าเกิดผู้ไม่หวังดีเข้ามา อาจเป็นข้อมูลในการกลั่นแกล้งต่างๆ ได้

TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)..

<https://youtu.be/uuoZa0IXPM>

มองเห็น 1,034

ทวีตที่เกี่ยวข้องกับทวีตนี้

ทวีตที่เกี่ยวข้องกับทวีตนี้

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Zi_8Q1hHdnw	CC	522
YOUTUBE	https://youtu.be/uuoZa0l0XPM	AD	214
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156867296563964/	CC	1,670
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156867306048964/	AD	1,432
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2641264379222766/	CC	2,719
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2708211555872623/	CC	61,587
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/841304799541252?sfns=mo	CC	11,890
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1115487022909550593	CC	820
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1115524806810595328	AD	1,034

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ 81,888 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,704 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 635 Views

	TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน อย่าใจเกินขีดความสามารถ... ทีวีสก๊อป... ทีวีสก๊อป... มือและแขนยื่นออกมาเป็นวงกลมที่หัวของทีวีสก๊อป...	Public	On	Apr 11, 2019 Published	1,704	1	70.6% 12 likes
	TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (สำหรับ... อย่าใจเกินขีดความสามารถ... ทีวีสก๊อป... ทีวีสก๊อป... มือและแขนยื่นออกมาเป็นวงกลมที่หัวของทีวีสก๊อป...	Public	On	Apr 11, 2019 Published	635	0	100.0% 4 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,664 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,652 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เนเธอร์แลนด์ Mo Napas 11 เมษายน · 🌐

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าใจเกินขีดความสามารถ... ทีวีสก๊อป... ทีวีสก๊อป...
มือและแขนยื่นออกมาเป็นวงกลมที่หัวของทีวีสก๊อป...
ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/Uky5hFRd...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าใจเกินขีดความสามารถ... ทีวีสก๊อป... ทีวีสก๊อป...
มือและแขนยื่นออกมาเป็นวงกลมที่หัวของทีวีสก๊อป...

👍 เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้ทวิตโพสต์ได้ด้วยประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,664 คนที่เข้ามาดู 18 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Wansweet Wan, Tom Bancha และ Kannika Nualnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,664 คนที่เข้าถึง

4 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

4 การถูกใจ	4 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

14 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	0 การคลิกลิงก์	14 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอบโพสต์	0 ขอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เนเธอร์แลนด์ Mo Napas 11 เมษายน · 🌐

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
อย่าใจเกินขีดความสามารถ... ทีวีสก๊อป... ทีวีสก๊อป...
มือและแขนยื่นออกมาเป็นวงกลมที่หัวของทีวีสก๊อป...
ชมเพิ่มเติม ▶ <https://youtu.be/CEcXIVTVsA...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
อย่าใจเกินขีดความสามารถ... ทีวีสก๊อป... ทีวีสก๊อป...
มือและแขนยื่นออกมาเป็นวงกลมที่หัวของทีวีสก๊อป...

👍 เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โพสต์นี้ทวิตโพสต์ได้ด้วยประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,652 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Tom Bancha และ Kannika Nualnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,652 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

3 การถูกใจ	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

5 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	4 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอบโพสต์	0 ขอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,006 Views

รายละเอียดโพสต์

เพจ Johjai
เมฆแพรวโม นพาส - 11 เมษายน

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าตกใจเมื่อข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรตรวจสอบให้ถี่ถ้วนก่อน
ตัดสินใจว่ามีความน่าเชื่อถือและน่าเชื่อถือหรือไม่
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/Ukgy5hFRdl...> ดูเพิ่มเติม

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,006 คนที่เข้าถึง

11	11	0
การถูกใจ	แบ่งปัน	คอมเมนต์
0	0	0
การแจ้งเตือน	แบ่งปัน	คอมเมนต์
0	0	0
การแชร์	แบ่งปัน	คอมเมนต์

39 จำนวนการคลิกโพสต์

0	11	28
การดูรูปภาพ	การคลิกลิงก์	การคลิกปุ่ม...

ความคิดเห็นและชอบ
0 ข้อคิดเห็น
0 ไลค์
0 ใจดี

2,006 คนที่เข้าถึง 50 จำนวนการแชร์

Pleum Nattaya... 3 นาที 55 วินาที และคนอื่นๆ 7 คน

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 51,226 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu คีคดู
เมฆแพรวโม นพาส - 11 เมษายน

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าตกใจเมื่อข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรตรวจสอบให้ถี่ถ้วนก่อน
ตัดสินใจว่ามีความน่าเชื่อถือและน่าเชื่อถือหรือไม่
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/Ukgy5hFRdl...> ดูเพิ่มเติม

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
51,226 คนที่เข้าถึง

225	224	1
ถูกใจ	แบ่งปัน	คอมเมนต์
1	1	0
ถูกใจ	แบ่งปัน	คอมเมนต์
0	0	0
ความคิดเห็น	แบ่งปัน	คอมเมนต์
1	1	0
การแชร์	แบ่งปัน	คอมเมนต์

482 จำนวนการคลิกโพสต์

10	76	396
การดูรูปภาพ	การคลิกลิงก์	การคลิกปุ่ม...

ความคิดเห็นและชอบ
3 ข้อคิดเห็น
0 ไลค์
0 ใจดี

51,226 คนที่เข้าถึง 709 จำนวนการแชร์

220 แชร์ 1 ครั้ง

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 11,127 Views

Post Details

Performance for your post

11,191 People Reached

51 Likes, Comments & Shares

46 Likes	46 On Post	0 On Shares
1 Comment	1 On Post	0 On Shares
4 Shares	4 On Post	0 On Shares

181 Post Clicks

36 Photo views	17 Link clicks	128 Other Clicks
----------------	----------------	------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post	1 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts.

11,191 People reached | 232 Engagements | Boost Unavailable

สมานพ, Am Yippy and 43 others | 1 Comment 4 shares

Like Comment Share

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 1,483 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,486 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

อย่าแปลกใจข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน

ชมเพิ่มเติม youtu.be/UKjy5hFRdII

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน
อย่าแปลกใจข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน
youtu.be.com

ทวิตวิเคราะห์

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

อย่าแปลกใจข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/UKjy5hFRdII>

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

มองเห็น 1,483
จำนวนคนที่กดเห็นในทวีตนี้

การมีส่วนร่วมทั้งหมด 2
จำนวนคนที่กดตอบโต้ในทวีตนี้

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

อย่าแปลกใจข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน

ชมเพิ่มเติม youtu.be/CEcsXlvTVsA

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (บริการเสียงบรรยายภาพ...
อย่าแปลกใจข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน
youtu.be.com

ทวิตวิเคราะห์

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

อย่าแปลกใจข้อมูลข่าวสารใด ๆ ที่สื่อนำเสนอ ควรวิเคราะห์ให้ถี่ถ้วนรอบด้านเสียก่อนว่ามีความน่าเชื่อถือและมีข้อมูลครบถ้วน

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/CEcsXlvTVsA>

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

มองเห็น 1,486
จำนวนคนที่กดเห็นในทวีตนี้

การมีส่วนร่วมทั้งหมด 1
จำนวนคนที่กดตอบโต้ในทวีตนี้

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Ukky5hFRdil	CC	1,704
YOUTUBE	https://youtu.be/CEcsXlvTVsA	AD	635
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156872204258964/	CC	1,664
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/158003398963/posts/10156872218173964/	AD	1,652
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/125736337442262/posts/2644876988861505/	CC	2,006
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/166318706728600/posts/2711833582177087/	CC	51,226
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/842610746077324?sfns=mo	CC	11,127
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1116545083677925377	CC	1,483
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1116545226540142592	AD	1,486

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน 72,911 Views

ทีวี สก๊อป (TV Scoop) ความยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,264 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 2,564 Views

	TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ ผู้ทำกับเจ๊ก่อนสติใจเชื่อ...กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกอย่างรู้เท่าทัน	Public	\$ On	May 3, 2019 Published	1,264	0	75.0% 3 likes
	TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ผู้ทำกับเจ๊ก่อนสติใจเชื่อ...กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกอย่างรู้เท่าทัน	Public	\$ On	May 3, 2019 Published	2,564	0	80.0% 12 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,227 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,164 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 16 เมษายน · 0 · 0

รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจเชื่อ...กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกอย่างรู้เท่าทัน
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/ObmDeS5RUw...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ
รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจเชื่อ...กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสกอย่างรู้เท่าทัน

✓ **เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
โพสต์นี้โพสต์ดีต้องประมาณ 3300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,227 คนที่เข้ามาดู 5 จำนวนการมีส่วนร่วม [ปิดรับโพสต์](#)

ดาว ดาว และ Kannika Nualnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น ➡ แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,227 คนที่เข้าถึง

2 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

2 การถูกใจ	2 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 การแชร์	0 คนโพสต์	0 คนแชร์

3 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การอนุมัติภาพ	1 การคลิกลิงก์	2 การคลิกอื่น ๆ
-----------------	----------------	-----------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ข้อบกพร่อง	0 ข้อบกพร่องที่รุนแรง
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เด็กถูกใจเพจ

สถิติที่มีกรรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas 16 เมษายน เวลา 12:00 น. · 0 · 0

รู้ทำงานก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสด็จอย่างรู้เท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (บริการเลือกรายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

ชมเพิ่มเติม https://youtu.be/_IFDeolQvIo... ดูเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (AD)
บริการเลือกรายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รู้ทำงานก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสด็จอย่างรู้เท่าทัน...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
ไปรับโพสดีด้วยงบประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,164 คนที่เข้ามาดู 6 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปรับโพสดี](#)

Kannika Nualnoi

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสของคุณ

1,164 คนที่เข้าถึง

1 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

1 การถูกใจ	1 มุมโพสดี	0 มุมแชร์
0 ความคิดเห็น	0 มุมโพสดี	0 มุมแชร์
0 การแชร์	0 มุมโพสดี	0 มุมแชร์

5 จำนวนการคลิกโพสดี

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	3 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอนโพสดี	0 ชอนโพสดีทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสดี

FACEBOOK JOHJAI

ยอด 2,792 Views

รายละเอียดโพสต์

เจาะใจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas 16 เมษายน · 0 · 0

รู้ทำงานก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสด็จอย่างรู้เท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (บริการเลือกรายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/QbmDSS5RUw...> ดูเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (AD)
บริการเลือกรายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รู้ทำงานก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสด็จอย่างรู้เท่าทัน...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
ไปรับโพสดีด้วยงบประมาณ 833 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 700 คน

2,792 คนที่เข้ามาดู 48 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปรับโพสดี](#)

Pleum Nattaya, Tom Sarat และคนอื่นๆ อีก 8 คน

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสของคุณ

2,792 คนที่เข้าถึง

10 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

10 การถูกใจ	10 มุมโพสดี	0 มุมแชร์
0 ความคิดเห็น	0 มุมโพสดี	0 มุมแชร์
0 การแชร์	0 มุมโพสดี	0 มุมแชร์

38 จำนวนการคลิกโพสดี

6 การดูรูปภาพ	7 การคลิกลิงก์	25 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอนโพสดี	0 ชอนโพสดีทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสดี

FACEBOOK KIKDUU

ยอด 52,954 Views

รายละเอียดโพสต์

KikDuu กิ๊กดู๋
เผยแพร่โดย Mo Napas 16 เมษายน · 0 · 0

รู้ทำงานก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสด็จอย่างรู้เท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (บริการเลือกรายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/QbmDSS5RUw...> ดูเพิ่มเติม

YOUTUBE.COM
TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (AD)
บริการเลือกรายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รู้ทำงานก่อนตัดสินใจ... กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสด็จอย่างรู้เท่าทัน...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
ไปรับโพสดีด้วยงบประมาณ 8970 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 20,000 คน

52,954 คนที่เข้ามาดู 455 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปรับโพสดี](#)

162 แชร์ 1 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสของคุณ

52,954 คนที่เข้าถึง

168 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

166 ถูกใจ	166 มุมโพสดี	0 คือการแชร์
1 ไลค์เสีย	1 มุมโพสดี	0 คือการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 มุมโพสดี	0 มุมแชร์
1 การแชร์	1 มุมโพสดี	0 มุมแชร์

287 จำนวนการคลิกโพสดี

77 การดูรูปภาพ	51 การคลิกลิงก์	159 การคลิกอื่นๆ #
----------------	-----------------	--------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

1 ชอนโพสดี	3 ชอนโพสดีทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสดี

FACEBOOK PERSPECTIVE

ยอด 9,583 Views

Post Details

Performance for your post

9,583 People Reached

48 Likes, Comments & Shares

46 Likes	46 On Post	0 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
2 Shares	2 On Post	0 On Shares

262 Post Clicks

82 Photo views	20 Link clicks	160 Other Clicks
----------------	----------------	------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide post	0 Hide all posts
0 Report as spam	0 Unlike Page

Reported stats may be delayed from what appears on posts

9,583 People reached | 310 Engagements | Boost Unavailable

Artemis Fowl, Pallop Sathapol and 42 others | 2 shares

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 905 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 931 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ...กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสฟสื่ออย่างไรเท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ

ชมเพิ่มเติม youtu.be/QbmDs5SRUw

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

มองเห็น 905

การมีส่วนร่วมทั้งหมด 7

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ...กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสฟสื่ออย่างไรเท่าทัน

TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (AD) บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รู้เท่าทันก่อนตัดสินใจ...กสทช. สนับสนุนให้คนไทยเสฟสื่ออย่างไรเท่าทัน

ชมเพิ่มเติม youtu.be/_JFDeoIQvIo

#เสฟสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

มองเห็น 931

การดูสื่อ 1

การมีส่วนร่วมทั้งหมด 5

สรุปยอดรวมทั้งตอน

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/QbmDsS5RUrw	CC	1,264
YOUTUBE	https://youtu.be/_IFDeolOvlo	AD	2,564
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156922993083964?__tn__=-R	CC	1,227
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156922990558964?__tn__=-R	AD	1,164
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2682193305129873?__tn__=-R	CC	2,792
FACEBOOK KIKDUU	https://www.facebook.com/kikduu/posts/2749066498453795?__tn__=-R	CC	52,954
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/856863491318716?sfns=mo	CC	9,583
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1124257541058285568	CC	905
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1124258199505227776	AD	931

รวมยอด Views ของ TV Scoop ตอนที่ 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ 73,384 Views

สรุปยอด รายการเจาะใจ 4 เทป (ย้อนหลังการออกอากาศ 30 วัน)

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ [16 มี.ค 62

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

เทปหลักของรายการ ยอด 81,064 Views

	รายการเจาะใจ EP.10 : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ [16 มี.ค 62 รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD คลังข่าวฉบับ "สุทธิชัย หยุ่น" สุทธิชัยหยุ่น...	Public	\$ On	Apr 17, 2019 Published	81,064	59	95.5% 922 likes
---	---	--------	-------	---------------------------	--------	----	--------------------

CC ยอด 8,714 Views

1/3 = 1,457 2/3 = 5,523 3/3 = 1,734

	รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ 1/3 [16 มี.ค 62 รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD คลังข่าวฉบับ "สุทธิชัย หยุ่น" สุทธิชัยหยุ่น...	Public	\$ On	Apr 17, 2019 Published	1,457	0	100.0% 13 likes
	รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ 2/3 [16 มี.ค 62 รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD คลังข่าวฉบับ "สุทธิชัย หยุ่น" สุทธิชัยหยุ่น...	Public	\$ On	Apr 17, 2019 Published	5,523	4	91.9% 57 likes
	รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ 3/3 [16 มี.ค 62 รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD คลังข่าวฉบับ "สุทธิชัย หยุ่น" สุทธิชัยหยุ่น...	Public	\$ On	Apr 17, 2019 Published	1,734	0	89.5% 17 likes

บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 4,712 Views

1/3 = 1,870 2/3 = 1,433 3/3 = 1,409

	รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ (AD) 1/3... บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT...	Public	\$ On	Apr 17, 2019 Published	1,870	1	91.7% 11 likes
	รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ (AD) 2/3... บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT...	Public	\$ On	Apr 17, 2019 Published	1,433	1	100.0% 7 likes
	รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ (AD) 3/3... บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT...	Public	\$ On	Apr 17, 2019 Published	1,409	2	80.0% 8 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

เทปหลักของรายการ ยอด 1,275 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas 17 เมษายน ·

ชมย้อนหลังรายการเจาะใจ พบกับ "สุทธิชัย หนุ่น" รุ่งทิพย์ หนุ่น คู่กันข่าว เท่าทันสื่อ คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ท่าอย่างไรจะให้คนไทยรู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ

#เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #สุทธิชัยหนุ่น

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ EP.10 : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น [16 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ พบกับ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,275 คนที่เข้ามาดู 15 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Mind Dz'z, โจ ทะเลเจ็ด และคนอื่น ๆ อีก 3 คน

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,275 คนที่เข้าถึง

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

6 การถูกใจ	6 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

9 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	6 การคลิกลิงก์ #	3 การคลิกอื่นๆ #
---------------	------------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

CC ยอด 1,095 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 953 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas 17 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น คู่กันข่าว เท่าทันสื่อ คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ท่าอย่างไรจะให้คนไทยรู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ

แรมค 1/3 <https://youtu.be/UkKqYv2Vglw...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น [16 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ พบกับ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,095 คนที่เข้ามาดู 7 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

โจ ทะเลเจ็ด, Semsart Singkeepapa และคนอื่น ๆ อีก 2 คน

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,095 คนที่เข้าถึง

4 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

4 การถูกใจ	4 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

3 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์ #	1 การคลิกอื่นๆ #
---------------	------------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas 18 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ท่าอย่างไรจะให้คนไทยรู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ

แรมค 1/3 <https://youtu.be/xw4y0tNFqcl...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หนุ่น - รุ่งทิพย์ หนุ่น (AD) 1/3 [16 มี.ค 62]
บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

953 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Khunmai Munin และ Nachanan Sae-jueng

[ถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
953 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

3 การถูกใจ	3 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

5 จำนวนการคลิกโพสต์

1 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์ #	2 การคลิกอื่นๆ #
---------------	------------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

เทพหลักของรายการ ยอด 3,126 Views

พระพิง Johjai
แสดงเมื่อ Sao Prem · 17 เดือน ·

เรื่องนี้คนวงการร้องดังๆ...ผู้แต่งเพลง!!!!
"เพลงเสียงบาริ ไม่ก็ตกใจเขาต่อ"
ขบวนเครื่องบรรณาการเจ้า แทน "สุภะชัย หนูบ" ดูเพิ่มเติม

EP.10
เพลงจากสตูดิโอใหม่
เวลา 21:00 น.
ตอนที่ 9

YUKI1114P · 13 ชม.
รายการพระพิง EP.10 : สุภะชัย หนูบ - ผู้กินข้าว ศึกษานิ่ง [16 มี.ค. 62]

👍 **สิ่งของเครื่องบรรณาการ ความดีคืน และการขอ**
เมื่อคุณโพสโพสในสตูดิโอ คุณจะได้รับสิ่งดีๆ มากมาย

3,126 คนเข้าชม
91 จำนวนการมีส่วนร่วม

🗨️ 26 2 ชั่วโมง 4 นาที

CC ยอด 3,014 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 3,510 Views

พระพิง Johjai
แสดงเมื่อ Mo Napas · 17 เดือน ·

รายการพระพิง : สุภะชัย หนูบ - ผู้กินข้าว ศึกษานิ่ง
เพลง 1/3 <https://youtu.be/UkKqYv2Vglw> ดูเพิ่มเติม

1/3
เพลงจากสตูดิโอใหม่
เวลา 21:00 น.
ตอนที่ 9

YUKI1114P · 13 ชม.
รายการพระพิง : สุภะชัย หนูบ - ผู้กินข้าว ศึกษานิ่ง 1/3 [16 มี.ค. 62]
รายการพระพิง : สุภะชัย หนูบ - ผู้กินข้าว ศึกษานิ่ง (AD) 1/3 [16 มี.ค. 62]

👍 **สิ่งของเครื่องบรรณาการ ความดีคืน และการขอ**
เมื่อคุณโพสโพสในสตูดิโอ 333 สิ่งดีๆที่คุณจะได้รับ

3,050 คนเข้าชม
85 จำนวนการมีส่วนร่วม

🗨️ 37 3 ชั่วโมง

พระพิง Johjai
แสดงเมื่อ Mo Napas · 18 เดือน ·

รายการพระพิง : สุภะชัย หนูบ - ผู้กินข้าว ศึกษานิ่ง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
เพลง 1/3 <https://youtu.be/xw4yofNFqcl...> ดูเพิ่มเติม

1/3
เพลงจากสตูดิโอใหม่
เวลา 21:00 น.
ตอนที่ 9

YUKI1114P · 13 ชม.
รายการพระพิง : สุภะชัย หนูบ - ผู้กินข้าว ศึกษานิ่ง (AD) 1/3 [16 มี.ค. 62]

👍 **สิ่งของเครื่องบรรณาการ ความดีคืน และการขอ**
เมื่อคุณโพสโพสในสตูดิโอ 333 สิ่งดีๆที่คุณจะได้รับ

3,510 คนเข้าชม
51 จำนวนการมีส่วนร่วม

🗨️ 18 2 ชั่วโมง

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

เทปหลักของรายการ ยอด 1,592 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

ชมย้อนหลังรายการเจาะใจ พบกับ "สุทธิชัย หยุ่น" รุ่ห็นข่าว เท่า หั่นลือ

คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ทำอย่างไรจะให้คนไทยรู้เห็นข่าว เท่าหั่นลือ

#เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #สุทธิชัยหยุ่น

รายการเจาะใจ EP.10 : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่ห็นข่าว เท่าหั่นลือ [16 มี.ค...
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ พบกับ "สุทธิชัย หยุ่น" ครูใหญ่ในโลกสื่อ คนข่าวระดับตำนาน...
ดู YouTube.com

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
ชมย้อนหลังรายการเจาะใจ พบกับ "สุทธิชัย หยุ่น" รุ่ห็นข่าว เท่าหั่นลือ
คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ทำอย่างไรจะให้คนไทยรู้เห็นข่าว เท่าหั่นลือ
#เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #สุทธิชัยหยุ่น <https://youtu.be/-M0gs5R7R-k>

มองเห็น	จำนวนครั้งที่ถูกมองเห็นในทวีต	1,592
การดูสื่อ	รวมการดูการอ่าน (รวมถึงวิดีโอ) ลิงก์อื่น ๆ GIF วิดีโอ GIF และภาพเคลื่อนไหวทั้งหมด	1
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	จำนวนครั้งที่ถูกโต้ตอบในทวีต	11

ยอด Views 1,529 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,496 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่ห็นข่าว เท่าหั่นลือ

คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ทำอย่างไรจะให้คนไทยรู้เห็นข่าว เท่าหั่นลือ

เบรค 1/3 youtu.be/UkKqYv2Vglw
เบรค 2/3 youtu.be/wjlfH4B3aiw
เบรค 3/3 youtu.be/N14cYqf0iuc...

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่ห็นข่าว เท่าหั่นลือ 1/3 [16 มี.ค...
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ พบกับ "สุทธิชัย หยุ่น" ครูใหญ่ในโลกสื่อ คนข่าวระดับตำนาน...
ดู YouTube.com

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่ห็นข่าว เท่าหั่นลือ
คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ทำอย่างไรจะให้คนไทยรู้เห็นข่าว เท่าหั่นลือ
เบรค 1/3 <https://youtu.be/UkKqYv2Vglw>
เบรค 2/3 <https://youtu.be/wjlfH4B3aiw>
เบรค 3/3 <https://youtu.be/N14cYqf0iuc...> <https://youtu.be/UkKqYv2Vglw>

มองเห็น	จำนวนครั้งที่ถูกมองเห็นในทวีต	1,529
การดูสื่อ	รวมการดูการอ่าน (รวมถึงวิดีโอ) ลิงก์อื่น ๆ GIF วิดีโอ GIF และภาพเคลื่อนไหวทั้งหมด	1
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	จำนวนครั้งที่ถูกโต้ตอบในทวีต	4

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่ห็นข่าว เท่าหั่นลือ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ทำอย่างไรจะให้คนไทยรู้เห็นข่าว เท่าหั่นลือ

เบรค 1/3 youtu.be/xw4yofNFqcl
เบรค 2/3...

รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่ห็นข่าว เท่าหั่นลือ (AD) 1/3 [16...
บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออก
อากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ พบกับ...
ดู YouTube.com

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รุ่ห็นข่าว เท่าหั่นลือ (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
คนข่าวระดับตำนาน กับประเด็น ทำอย่างไรจะให้คนไทยรู้เห็นข่าว เท่าหั่นลือ
เบรค 1/3 <https://youtu.be/xw4yofNFqcl>
เบรค 2/3 <https://youtu.be/xw4yofNFqcl>

มองเห็น	จำนวนครั้งที่ถูกมองเห็นในทวีต	1,496
การดูสื่อ	รวมการดูการอ่าน (รวมถึงวิดีโอ) ลิงก์อื่น ๆ GIF วิดีโอ GIF และภาพเคลื่อนไหวทั้งหมด	1
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	จำนวนครั้งที่ถูกโต้ตอบในทวีต	2

สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/-M0gs5R7R-k	ปกติ	81,064
YOUTUBE	https://youtu.be/UkKqYv2Vglw	CC	1,457
YOUTUBE	https://youtu.be/wjlfH4B3aiw	CC	5,523
YOUTUBE	https://youtu.be/N14cYqf0iuc	CC	1,734
YOUTUBE	https://youtu.be/xw4yofNFqcl	AD	1,870
YOUTUBE	https://youtu.be/WVDsumiND0A	AD	1,433
YOUTUBE	https://youtu.be/8ivay_2Qj0M	AD	1,409
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156885301643964?__tn__=-R	ปกติ	1,275
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156885471658964?__tn__=-R	CC	1,095
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156887266943964?__tn__=-R	AD	953
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2654174714598399?__tn__=-R	ปกติ	3,126
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2654346914581179?__tn__=-R	CC	3,050
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2655798874435983?__tn__=-R	AD	3,510
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1118365427971907584	ปกติ	1,592
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1118413756705333248	CC	1,529
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1118723100449726464	AD	1,496

รวมยอด Views ของ รายการเจาะใจ : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ [16 มี.ค 62] **112,116** Views

สรุปยอด รายการเจาะใจ 4 เทป (ย้อนหลังการออกอากาศ 30 วัน)

รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง [23 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

เทปหลักของรายการ ยอด 71,457 Views

	รายการเจาะใจ EP.11 : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง... รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 21.00 น. ทุกวัน 9 MCOT HD (ฟรี) สำหรับสมาชิกสมัครสมาชิกแพ็คเกจ...	Public	\$ On	Apr 24, 2019 Published	71,457	34	95.2% 841 likes
--	--	--------	-------	---------------------------	--------	----	--------------------

CC ยอด 1,943 Views

1/3 = 708 2/3 = 621 3/3 = 614

	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง 1... รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 21.00 น. ทุกวัน 9 MCOT HD (ฟรี) สำหรับสมาชิกสมัครสมาชิกแพ็คเกจ...	Public	\$ On	Apr 24, 2019 Published	708	0	100.0% 8 likes
	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง 2... รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 21.00 น. ทุกวัน 9 MCOT HD (ฟรี) สำหรับสมาชิกสมัครสมาชิกแพ็คเกจ...	Public	\$ On	Apr 24, 2019 Published	621	2	100.0% 7 likes
	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง 3... รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 21.00 น. ทุกวัน 9 MCOT HD (ฟรี) สำหรับสมาชิกสมัครสมาชิกแพ็คเกจ...	Public	\$ On	Apr 24, 2019 Published	614	0	100.0% 8 likes

บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 2,053 Views

1/3 = 761 2/3 = 583 3/3 = 709

	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง (... บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 21.00 น. ทุกวัน 9 MCOT...	Public	\$ On	Apr 24, 2019 Published	761	0	85.7% 6 likes
	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง (... บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 21.00 น. ทุกวัน 9 MCOT...	Public	\$ On	Apr 24, 2019 Published	583	0	100.0% 1 like
	รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง (... บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 21.00 น. ทุกวัน 9 MCOT...	Public	\$ On	Apr 24, 2019 Published	709	0	57.1% 4 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

เทพหลักของรายการ ยอด 1,686 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

ชมเรื่องราวของ "หมอแล็บ แพทย์ดำ" จู่เข้าเห็น ไข่มุกนาเกินจริง
ส.เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #เสพลืออย่างไรให้เท่ทัน

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ EP.11 : หมอแล็บ แพทย์ดำ - จู่เข้าเห็น ไข่มุกนาเกินจริง [23 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,586 คนที่เข้ามาดู 14 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

▶ [ดูถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

6 การถูกใจ	6 ынโพสต์	0 ынแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ынโพสต์	0 ынแชร์
0 การแชร์	0 ынโพสต์	0 ынแชร์

8 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การรูปภาพ	2 การคลิกสิ่งท่ #	6 การคลิกอื่นๆ #
-------------	-------------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ынโพสต์	0 ынโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

CC ยอด 1,550 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,464 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพทย์ดำ - จู่เข้าเห็น ไข่มุกนาเกินจริง
ความจริงของเหล่าสินค้านาชนิด ที่ใช้ความเชื่อและกลไกในโลกใบ
เข็มนาเป็นเครื่องมือ เพื่อให้คนตกเป็นเหยื่อ ที่ต้องเสียทั้งเงิน และสุขภาพ !!
ชมเรด 1/3 <https://youtu.be/BoWp9PI0Kc> ... ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพทย์ดำ - จู่เข้าเห็น ไข่มุกนาเกินจริง 1/3 [23 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD เจาะใจ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,550 คนที่เข้ามาดู 13 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

▶ [ดูถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

5 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

5 การถูกใจ	5 ынโพสต์	0 ынแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ынโพสต์	0 ынแชร์
0 การแชร์	0 ынโพสต์	0 ынแชร์

8 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การรูปภาพ	6 การคลิกสิ่งท่ #	2 การคลิกอื่นๆ #
-------------	-------------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ынโพสต์	0 ынโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพทย์ดำ - จู่เข้าเห็น ไข่มุกนาเกินจริง
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ความจริงของเหล่าสินค้านาชนิด ที่ใช้ความเชื่อและกลไกในโลกใบ
เข็มนาเป็นเครื่องมือ เพื่อให้คนตกเป็นเหยื่อ ที่ต้องเสียทั้งเงิน และสุขภาพ !!
... ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพทย์ดำ - จู่เข้าเห็น ไข่มุกนาเกินจริง (AC) 1/3 [23 มี.ค 62]
บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,200 คน

1,464 คนที่เข้ามาดู 8 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

▶ [ดูถูกใจ](#) [แสดงความคิดเห็น](#) [แชร์](#)

3 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

3 การถูกใจ	3 ынโพสต์	0 ынแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ынโพสต์	0 ынแชร์
0 การแชร์	0 ынโพสต์	0 ынแชร์

5 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การรูปภาพ	4 การคลิกสิ่งท่ #	1 การคลิกอื่นๆ #
-------------	-------------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ынโพสต์	0 ынโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

เทพหลักของรายการ ยอด 2,441 Views

รายละเอียดโพสต์

พระเจ้า Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

ชมเรื่องราวของ "หนองเสือ แทนต้า" ฐิติกัน โบราณกันจริง
#เจาะใจ #รวมบอกล่า #เสียงอ้อปรี่ให้กัน

รายการเจาะใจ EP.11 : หนองเสือ แทนต้า - ฐิติกัน โบราณกันจริง [23 มี.ค 62]

👍 **เพิ่มยอดการดูทีวี ความคิดเห็น และกระแสร**
ไปโซเชียลด้วยงบประมาณ 833 เมื่อเข้าไปดูจำนวน 420 คน

2,441 คนที่เข้าชม	55 จำนวนการมีส่วนร่วม	ไปโซเชียล
-------------------	-----------------------	------------------

25

👍 ใจดี 🗨️ แสดงความคิดเห็น 🗨️ แอร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

2,441 คนที่เข้าชม

26 การดูทีวี ความคิดเห็น และกระแสร *

26 การดูทีวี	26 โพสต์	0 บนเธรด
0 ความคิดเห็น	0 โพสต์	0 บนเธรด
0 กระแสร	0 โพสต์	0 บนเธรด

29 จำนวนการคลิกโพสต์

3 การดูรูปถ่าย	14 การคลิกลิ้งค์	12 การคลิกอื่นๆ *
----------------	------------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ระบุโพสต์	0 ระบุโพสต์ที่เบี่ยงเบน
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 ลิงก์ถูกโฆษณา

สถิติการรายงานการละเมิดลิขสิทธิ์ปรากฏบนโพสต์

CC ยอด 2,190 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 2,338 Views

รายละเอียดโพสต์

พระเจ้า Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : หนองเสือ แทนต้า - ฐิติกัน โบราณกันจริง
ความเรียงของเหล่าศิลปินบทกวี ที่ใช้ความเรียงเสียดสีในเชิงล้อเลียน
ศรีสวัสดิ์ เมื่อได้ดูคุณหมอนี่แล้ว ก็ต้องเชียร์กัน และสนุกๆ !!
เบส 1/3 [https://youtu.be/BoWp9PtiQkc...ดูเพิ่มเติม](https://youtu.be/BoWp9PtiQkc...)

รายการเจาะใจ : หนองเสือ แทนต้า - ฐิติกัน โบราณกันจริง 1/3 [23 มี.ค 62]

👍 **เพิ่มยอดการดูทีวี ความคิดเห็น และกระแสร**
ไปโซเชียลด้วยงบประมาณ 833 เมื่อเข้าไปดูจำนวน 420 คน

2,190 คนที่เข้าชม	85 จำนวนการมีส่วนร่วม	ไปโซเชียล
-------------------	-----------------------	------------------

25

👍 ใจดี 🗨️ แสดงความคิดเห็น 🗨️ แอร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

2,190 คนที่เข้าชม

28 การดูทีวี ความคิดเห็น และกระแสร *

26 การดูทีวี	26 โพสต์	0 บนเธรด
0 ความคิดเห็น	0 โพสต์	0 บนเธรด
2 กระแสร	2 โพสต์	0 บนเธรด

37 จำนวนการคลิกโพสต์

3 การดูรูปถ่าย	8 การคลิกลิ้งค์	26 การคลิกอื่นๆ *
----------------	-----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ระบุโพสต์	0 ระบุโพสต์ที่เบี่ยงเบน
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 ลิงก์ถูกโฆษณา

สถิติการรายงานการละเมิดลิขสิทธิ์ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

พระเจ้า Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas · 24 เมษายน ·

รายการเจาะใจ : หนองเสือ แทนต้า - ฐิติกัน โบราณกันจริง
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ความเรียงของเหล่าศิลปินบทกวี ที่ใช้ความเรียงเสียดสีในเชิงล้อเลียน
ศรีสวัสดิ์ เมื่อได้ดูคุณหมอนี่แล้ว ก็ต้องเชียร์กัน และสนุกๆ !!
ดูเพิ่มเติม

รายการเจาะใจ : หนองเสือ แทนต้า - ฐิติกัน โบราณกันจริง (AD) 1/3 [23 มี.ค 62]

👍 **เพิ่มยอดการดูทีวี ความคิดเห็น และกระแสร**
ไปโซเชียลด้วยงบประมาณ 833 เมื่อเข้าไปดูจำนวน 420 คน

2,338 คนที่เข้าชม	69 จำนวนการมีส่วนร่วม	ไปโซเชียล
-------------------	-----------------------	------------------

25

👍 ใจดี 🗨️ แสดงความคิดเห็น 🗨️ แอร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

2,338 คนที่เข้าชม

28 การดูทีวี ความคิดเห็น และกระแสร *

26 การดูทีวี	26 โพสต์	0 บนเธรด
0 ความคิดเห็น	0 โพสต์	0 บนเธรด
2 กระแสร	2 โพสต์	0 บนเธรด

41 จำนวนการคลิกโพสต์

4 การดูรูปถ่าย	16 การคลิกลิ้งค์	21 การคลิกอื่นๆ *
----------------	------------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ระบุโพสต์	0 ระบุโพสต์ที่เบี่ยงเบน
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 ลิงก์ถูกโฆษณา

สถิติการรายงานการละเมิดลิขสิทธิ์ปรากฏบนโพสต์

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

เทปหลักของรายการ ยอด 1,247 Views

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
 อนุมัติรายการ "หมอแล็บ แพนต์" รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง
 #เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #เสพติดอย่างไรให้เท่าทัน <https://youtu.be/Fo7HVAOOD1c>

มองเห็น	1,247
<small>จำนวนผู้พิมพ์ทวีตในทวีตของคุณ</small>	
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	2
<small>จำนวนทวีตทั้งหมดที่ตอบกลับทวีตนี้</small>	

ยอด Views 1,776 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,690 Views

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
 รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนต์ - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง
 ความจริงของเหลาสินค่านานาชนิด ที่ใช้ความเชื่อและกลโกงในโลกโซเชียลเป็นเครื่องมือ เพื่อให้คุณตกเป็นเหยื่อ ที่ต้องเสียทั้งเงิน และสุขภาพ !!
 เบรค 1/3 <https://youtu.be/BoWp9PtiQkc>
 เบรค 2/3... <https://youtu.be/BoWp9PtiQkc>

มองเห็น	1,776
<small>จำนวนผู้พิมพ์ทวีตในทวีตของคุณ</small>	
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	2
<small>จำนวนทวีตทั้งหมดที่ตอบกลับทวีตนี้</small>	

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
 รายการเจาะใจ : หมอแล็บ แพนต์ - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง
 (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
 เบรค 1/3 <https://youtu.be/KLL28P3ail0>
 เบรค 2/3 <https://youtu.be/aNC14yjHIPU>
 เบรค 3/3 <https://youtu.be/Ge-oYSHPVUM>
 #เสพติดอย่างไรให้เท่าทัน

มองเห็น	1,690
<small>จำนวนผู้พิมพ์ทวีตในทวีตของคุณ</small>	
การอูทิล	1
<small>รวมจำนวนการอูทิล (เช่น รีทวีต, ไลค์, ฟิล์ม, GIF, ฯลฯ) ทั้งหมดของทวีตนี้</small>	
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	1
<small>รวมทวีตที่ตอบกลับทวีตนี้</small>	

สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Fo7HVAOOD1c	ปกติ	71,457
YOUTUBE	https://youtu.be/BoWp9PtIQkc	CC	708
YOUTUBE	https://youtu.be/51UT_VYb5ww	CC	621
YOUTUBE	https://youtu.be/ttwoYgfHY68	CC	614
YOUTUBE	https://youtu.be/KLL28P3ail0	AD	761
YOUTUBE	https://youtu.be/aNC14yjHIPU	AD	583
YOUTUBE	https://youtu.be/Ge-oYSHPVUM	AD	709
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156901336503964?__tn__=-R	ปกติ	1,686
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156901691668964?__tn__=-R	CC	1,550
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156901698988964?__tn__=-R	AD	1,464
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2666543446694859?__tn__=-R	ปกติ	2,441
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2666884783327392?__tn__=-R	CC	2,190
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2666889889993548?__tn__=-R	AD	2,338
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120911995648131072	ปกติ	1,208
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1120992640785235968	CC	1,776
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1121261395520016385	AD	1,690

รวมยอด Views ของ รายการเจาะใจ : หมอเล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง [23 มี.ค 62]

91,796 Views

สรุปยอด รายการเจาะใจ 4 เทป (ย้อนหลังการออกอากาศ 30 วัน)

รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูอะไรอย่างไรให้รู้เท่าทัน [30 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

เทปหลักของรายการ ยอด 14,142 Views

	รายการเจาะใจ EP.12 : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูอะไรอย่างไรให้รู้เท่าทัน รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD "เจาะใจ" ออกใหม่ทุกวันเสาร์ "สันต์ ศรีแก้วหล่อ"	Public	On	Apr 30, 2019 Published	14,142	5	95.2% 53 likes
---	---	--------	----	---------------------------	--------	---	-------------------

CC ยอด 1,190 Views

1/3 = 371 2/3 = 401 3/3 = 418

	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูอะไรอย่างไรให้รู้เท่าทัน 1... รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD "เจาะใจ" ออกใหม่ทุกวันเสาร์ "สันต์ ศรีแก้วหล่อ"	Public	On	Apr 30, 2019 Published	371	1	100.0% 3 likes
	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูอะไรอย่างไรให้รู้เท่าทัน 2... รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD "เจาะใจ" ออกใหม่ทุกวันเสาร์ "สันต์ ศรีแก้วหล่อ"	Public	On	Apr 30, 2019 Published	401	0	75.0% 2 likes
	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูอะไรอย่างไรให้รู้เท่าทัน 3... รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD "เจาะใจ" ออกใหม่ทุกวันเสาร์ "สันต์ ศรีแก้วหล่อ"	Public	On	Apr 30, 2019 Published	418	0	100.0% 1 like

บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 2,185 Views

1/3 = 1,498 2/3 = 206 3/3 = 481

	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูอะไรอย่างไรให้รู้เท่าทัน (... (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT...	Public	On	Apr 30, 2019 Published	1,498	0	80.0% 6 likes
	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูอะไรอย่างไรให้รู้เท่าทัน (... (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT...	Public	On	Apr 30, 2019 Published	206	1	---
	รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูอะไรอย่างไรให้รู้เท่าทัน (... (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT...	Public	On	Apr 30, 2019 Published	481	0	56.7% 7 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

เทปหลักของรายการ ยอด 1,462 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๐ เมษายน · ๑

ชมย้อนหลังรายการเจาะใจ "สันต์ ศรีแก้วหล่อ" ดูละครอย่างไรให้เท่ทำกัน
#เจาะใจ #JSL #แรงบันดาลใจ #สัพหลออย่างไรให้เท่ทำกัน #สันต์
#ณธ2018

YOU TUBE COM
รายการเจาะใจ EP.12 : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดู
ละครอย่างไรให้เท่ทำกัน [30 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00
น. ทางช่อง 9 MCOT HD "เจาะใจ"...

✓ เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,462 คนที่เข้ามาดู 9 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Siriphom Jaimeekan และ Kannika Nualnoi แชร์ 1 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,462 คนที่เข้าถึง

3 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

2 การถูกใจ	2 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
1 การแชร์	1 คนโพสต์	0 คนแชร์

6 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	4 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชื่นชอบโพสต์	0 ชื่นชอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

CC ยอด 1,279 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,584 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๐ เมษายน · ๑

"เจาะใจ" พบกับ "สันต์ ศรีแก้วหล่อ" ดูละครอย่างไรให้เท่ทำกัน
แรมด 1/3 <https://youtu.be/AMo0vCJjKQO>
แรมด 2/3 <https://youtu.be/fnyegsIZCSQ>
แรมด 3/3 <https://youtu.be/SFXq9-Lp9s...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE COM
รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดู
ละครอย่างไรให้เท่ทำกัน 1/3 [30 มี.ค 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 21.00
น. ทางช่อง 9 MCOT HD "เจาะใจ"...

✓ เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,279 คนที่เข้ามาดู 10 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Sopen Surivan, วัง นม และคนอื่นๆ อีก 3 คน แชร์ 1 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,279 คนที่เข้าถึง

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

5 การถูกใจ	5 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
1 การแชร์	1 คนโพสต์	0 คนแชร์

4 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	1 การคลิกลิงก์	3 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชื่นชอบโพสต์	0 ชื่นชอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แกล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas ๓๐ เมษายน · ๑

"สันต์ ศรีแก้วหล่อ" ดูละครอย่างไรให้เท่ทำกัน (บริการเสียงบรรยายภาพ
สำหรับผู้พิการทางสายตา)

แรมด 1/3 <https://youtu.be/UDTjrcbQkOU>
แรมด 2/3 <https://youtu.be/KcFicMBYs4M>
แรมด 3/3 <https://youtu.be/4D4GmbhgTg...> ดูเพิ่มเติม

YOU TUBE COM
รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดู
ละครอย่างไรให้เท่ทำกัน (AD) 1/3 [30 มี.ค
62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา...

✓ เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,584 คนที่เข้ามาดู 17 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

4 แชร์ 1 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,584 คนที่เข้าถึง

5 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

4 การถูกใจ	4 คนโพสต์	0 คนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 คนโพสต์	0 คนแชร์
1 การแชร์	1 คนโพสต์	0 คนแชร์

12 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	5 การคลิกลิงก์	7 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชื่นชอบโพสต์	0 ชื่นชอบโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK JOHJAI

เทพหลักของรายการ ยอด 1,885 Views

เทพหลักของรายการ
 โพสต์โดย Mo Napas · 30 เมษายน ·
 ชื่อของหนังสือรายการจะใจ "สิบดี ศรีแก้วหล่อ" ถูกจองรับไว้ให้ทุกท่าน
 #จะใจ #JSL #แรงบันดาลใจ #หนังสือฉบับไร้ที่ตำก้น #สิบดี
 #นย2018

EP.12
 ออกอากาศทุกวันเสาร์
 เวลา 21.00 น.
 ทรูสปาร์ก 9

YOU TUBE - GUM
รายการจะใจ : สิบดี ศรีแก้วหล่อ - ถูกจองรับไว้ให้ทุกท่าน
 [30 เม.ค 62]

👍 **เพิ่มยอดการดูใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
 ไปรับไปโพสต์ด้วยงบประมาณ \$33 เมื่อเข้าไปดูคนจำนวน 420 คน

1,885	34	ไปรับไปโพสต์
คนที่เข้ามาดู	จำนวนการมีส่วนร่วม	

👤 Pleum Nattaya, Bann Rommai และคนอื่น ๆ อีก 7 คน

👍 ใจดี 🗨️ แสดงความคิดเห็น 📌 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,885 คนที่เข้าชม

10 การดูใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

10 การดูใจ	10 ไปโพสต์	0 ไปแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ไปโพสต์	0 ไปแชร์
0 การแชร์	0 ไปโพสต์	0 ไปแชร์

24 จำนวนการคลิกไปโพสต์

0 การดูรูปถ่าย	7 การคลิกลิค	17 การคลิกวิดีโอ #
----------------	--------------	--------------------

ความคิดเห็นที่ยอมรับ

0 ข้อไปโพสต์	0 ข้อไปโพสต์ที่ซ่อน
0 รายการว่าเป็นสแปม	0 ลับถูกใจไปหา

ลัดที่ 0 การรายงานตักจะล้าจากกลืนที่ปรากฏบนไปโพสต์

CC ยอด 1,709 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 2,912 Views

เทพหลักของรายการ
 โพสต์โดย Mo Napas · 30 เมษายน ·
 "จะใจ" แพน "สิบดี ศรีแก้วหล่อ" ถูกจองรับไว้ให้ทุกท่าน
 ใสศ 1/3 <https://youtu.be/AMo0vCJJpKQ>
 ใสศ 2/3 <https://youtu.be/1nyegsZCSQ>
 ใสศ 3/3 https://youtu.be/SFXq9-i_p9s ดูเพิ่มเติม

1/3
 ออกอากาศทุกวันเสาร์
 เวลา 21.00 น.
 ทรูสปาร์ก 9

YOU TUBE - GUM
รายการจะใจ : สิบดี ศรีแก้วหล่อ - ถูกจองรับไว้ให้ทุกท่าน 1/3
 [30 เม.ค 62]

👍 **เพิ่มยอดการดูใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
 ไปรับไปโพสต์ด้วยงบประมาณ \$33 เมื่อเข้าไปดูคนจำนวน 420 คน

1,709	26	ไปรับไปโพสต์
คนที่เข้ามาดู	จำนวนการมีส่วนร่วม	

👤 9

👍 ใจดี 🗨️ แสดงความคิดเห็น 📌 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,709 คนที่เข้าชม

8 การดูใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

8 การดูใจ	8 ไปโพสต์	0 ไปแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ไปโพสต์	0 ไปแชร์
0 การแชร์	0 ไปโพสต์	0 ไปแชร์

18 จำนวนการคลิกไปโพสต์

0 การดูรูปถ่าย	2 การคลิกลิค	16 การคลิกวิดีโอ #
----------------	--------------	--------------------

ความคิดเห็นที่ยอมรับ

0 ข้อไปโพสต์	0 ข้อไปโพสต์ที่ซ่อน
0 รายการว่าเป็นสแปม	0 ลับถูกใจไปหา

ลัดที่ 0 การรายงานตักจะล้าจากกลืนที่ปรากฏบนไปโพสต์

เทพหลักของรายการ
 โพสต์โดย Mo Napas · 30 เมษายน ·
 "สิบดี ศรีแก้วหล่อ" ถูกจองรับไว้ให้ทุกท่าน (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
 ใสศ 1/3 <https://youtu.be/UdTjcbQKQU>
 ใสศ 2/3 <https://youtu.be/KcFcdiBYe4M>
 ใสศ 3/3 <https://youtu.be/4D4Gnbhg1g...> ดูเพิ่มเติม

1/3
 ออกอากาศทุกวันเสาร์
 เวลา 21.00 น.
 ทรูสปาร์ก 9

YOU TUBE - GUM
รายการจะใจ : สิบดี ศรีแก้วหล่อ - ถูกจองรับไว้ให้ทุกท่าน (AD) 1/3
 [30 เม.ค 62]

👍 **เพิ่มยอดการดูใจ ความคิดเห็น และการแชร์**
 ไปรับไปโพสต์ด้วยงบประมาณ \$33 เมื่อเข้าไปดูคนจำนวน 420 คน

2,912	47	ไปรับไปโพสต์
คนที่เข้ามาดู	จำนวนการมีส่วนร่วม	

👤 15

👍 ใจดี 🗨️ แสดงความคิดเห็น 📌 แชร์ 🌐

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
2,912 คนที่เข้าชม

17 การดูใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

16 การดูใจ	16 ไปโพสต์	0 ไปแชร์
1 ไปแชร์	1 ไปโพสต์	0 ไปแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ไปโพสต์	0 ไปแชร์
0 การแชร์	0 ไปโพสต์	0 ไปแชร์

30 จำนวนการคลิกไปโพสต์

0 การดูรูปถ่าย	9 การคลิกลิค	21 การคลิกวิดีโอ #
----------------	--------------	--------------------

ความคิดเห็นที่ยอมรับ

0 ข้อไปโพสต์	0 ข้อไปโพสต์ที่ซ่อน
0 รายการว่าเป็นสแปม	0 ลับถูกใจไปหา

ลัดที่ 0 การรายงานตักจะล้าจากกลืนที่ปรากฏบนไปโพสต์

สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/eGLBXKh3cQs	ปกติ	14,142
YOUTUBE	https://youtu.be/AMo0vCJJpKQ	CC	371
YOUTUBE	https://youtu.be/1nyegslZCSQ	CC	401
YOUTUBE	https://youtu.be/SFXq9-i_p9s	CC	418
YOUTUBE	https://youtu.be/UdTjrcbQkOU	AD	1,498
YOUTUBE	https://youtu.be/KcFlcMBYs4M	AD	206
YOUTUBE	https://youtu.be/4D4Gnibhg1g	AD	481
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156915834133964?__tn__=-R	ปกติ	1,462
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156915817788964?__tn__=-R	CC	1,279
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156915828558964?__tn__=-R	AD	1,584
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2677137345635469?__tn__=-R	ปกติ	1,885
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2677126408969896?__tn__=-R	CC	1,709
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2677133102302560?__tn__=-R	AD	2,912
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1123186051663532032	ปกติ	1,214
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1123183471084457984	CC	1,182
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1126726118684254208	AD	1,024

รวมยอด Views ของ รายการเจาะใจ : สันต์ ศรีแก้วหล่อ - ดูละครอย่างไรให้รู้เท่าทัน [30 มี.ค 62]

31,768 Views

สรุปยอด รายการเจาะใจ 4 เทป (ย้อนหลังการออกอากาศ 30 วัน)

รายการเจาะใจ : จัด ธีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว [6 เม.ย 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

เทปหลักของรายการ ยอด 212,055 Views

	รายการเจาะใจ EP.13 : จัด ธีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ... (เป็นกรณีพิเศษออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ทุกวันเสาร์) จัด ธีมะ กาญจน...	Public	On	May 8, 2019 Published	212,055	156	95.6% 2,987 likes
--	--	--------	----	--------------------------	---------	-----	----------------------

CC ยอด 2,987 Views

1/3 = 1,216 2/3 = 728 3/3 = 1,043

	รายการเจาะใจ : จัด ธีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว... (เป็นกรณีพิเศษออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ทุกวันเสาร์) จัด ธีมะ กาญจน...	Public	On	May 8, 2019 Published	1,216	3	100.0% 71 likes
	รายการเจาะใจ : จัด ธีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว... (เป็นกรณีพิเศษออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ทุกวันเสาร์) จัด ธีมะ กาญจน...	Public	On	May 8, 2019 Published	728	0	71.4% 5 likes
	รายการเจาะใจ : จัด ธีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว... (เป็นกรณีพิเศษออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ทุกวันเสาร์) จัด ธีมะ กาญจน...	Public	On	May 8, 2019 Published	1,043	0	83.3% 10 likes

บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 3,200 Views

1/3 = 1,120 2/3 = 1,050 3/3 = 1,030

	รายการเจาะใจ : จัด ธีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว... (เป็นกรณีพิเศษออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ทุกวันเสาร์) จัด ธีมะ กาญจน...	Public	On	May 8, 2019 Published	1,120	0	95.2% 20 likes
	รายการเจาะใจ : จัด ธีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว... (เป็นกรณีพิเศษออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ทุกวันเสาร์) จัด ธีมะ กาญจน...	Public	On	May 8, 2019 Published	1,050	0	92.9% 33 likes
	รายการเจาะใจ : จัด ธีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว... (เป็นกรณีพิเศษออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ทุกวันเสาร์) จัด ธีมะ กาญจน...	Public	On	May 8, 2019 Published	1,030	0	94.1% 15 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

เทพหลักของรายการ ยอด 1,353 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 8 พฤษภาคม ·

เสียงสื่ออันไร้ขีดตกเป็นเหตุของข่าว... หรือแม้แต่ประกาศข่าวที่คุ้นชินจน !!

รายการเจาะใจ : จิต สัม: กาญจนไพรัตน์ - รู้เท่ากันเสีย รู้เท่ากันข่าว
#เจาะใจ #รวมบทอาวฬ #จิตสัม: #เสียงสื่ออันไร้ขีดตกกับ



YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : จิต สัม: กาญจนไพรัตน์ - รู้เท่ากันเสีย รู้เท่ากันข่าว [6.5 ม.ย 62]

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 3,900 คน

1,353 คนที่เข้ามาดู 23 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

8 แชร์ 1 ครั้ง

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,353 คนที่เข้ามาดู

11 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

10 การถูกใจ	8 บนโพสต์	2 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
1 การแชร์	1 บนโพสต์	0 บนแชร์

12 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	4 การคลิกลิงก์	8 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอบนโพสต์	0 ชอบนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานว่าจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

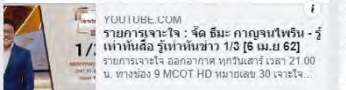
CC ยอด 1,051 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,171 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 9 พฤษภาคม ·

รายการเจาะใจ : จิต สัม: กาญจนไพรัตน์ - รู้เท่ากันเสีย รู้เท่ากันข่าว
มารู้เท่ากันทุกข้อเท็จจริงของการนำเสนอข่าวสาร ที่จะไม่ทำให้ใครตกเป็นเหยื่อของข่าว !!

แรมร 1/3 <https://youtu.be/BXq7ayTVstQ...> ดูเพิ่มเติม



YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : จิต สัม: กาญจนไพรัตน์ - รู้เท่ากันเสีย รู้เท่ากันข่าว 1/3 [6.5 ม.ย 62]
รายการเจาะใจ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 เจาะใจ...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 6,400 คน

1,051 คนที่เข้ามาดู 12 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

4 แชร์

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,051 คนที่เข้ามาดู

4 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

4 การถูกใจ	4 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

8 จำนวนการคลิกโพสต์

2 การดูรูปภาพ	3 การคลิกลิงก์	3 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอบนโพสต์	0 ชอบนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

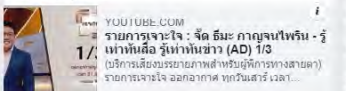
สถิติที่มีการรายงานว่าจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 9 พฤษภาคม ·

รายการเจาะใจ : จิต สัม: กาญจนไพรัตน์ - รู้เท่ากันเสีย รู้เท่ากันข่าว
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

มารู้เท่ากันทุกข้อเท็จจริงของการนำเสนอข่าวสาร ที่จะไม่ทำให้ใครตกเป็นเหยื่อของข่าว !!... ดูเพิ่มเติม



YOU TUBE.COM
รายการเจาะใจ : จิต สัม: กาญจนไพรัตน์ - รู้เท่ากันเสีย รู้เท่ากันข่าว (AD) 1/3
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
รายการเจาะใจ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 6,400 คน

1,171 คนที่เข้ามาดู 12 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

6 แชร์

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
1,171 คนที่เข้ามาดู

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

6 การถูกใจ	6 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 บนโพสต์	0 บนแชร์
0 การแชร์	0 บนโพสต์	0 บนแชร์

6 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	4 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ชอบนโพสต์	0 ชอบนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานว่าจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์


FACEBOOK JOHJAI

เทพหลักของรายการ ยอด 6,649 Views

รายละเอียดโพสต์

ทระโจ Johjai
เผยแพร่โดย Sao Prem 7m · 8 พฤษภาคม ·

" เสนอเรื่องอย่างไรไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของข่าว...
หรือแม้แต่ผู้ประกาศข่าวที่คุณชื่นชอบ !!! "
>>> ชมสาระน่ารู้ฉบับนี้กับ "จิต ธีระ ภาณุวงษ์ประเสริฐ" กันครับ... ดูเพิ่มเติม



YOU TUBE - U2J8M
รายการทระโจ : จิต ธีระ ภาณุวงษ์ประเสริฐ - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว [6 เม.ย 62]

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 420 คน

6,649 คนที่เข้ามาดู 209 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍👍👍 71 🗨️ 7 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
6,649 คนที่เข้ามาดู

85 ความรู้สึก ความคิดเห็น และแชร์ *

74 ถูกใจ	70 ต่อโพสต์	4 ต่อการแชร์
1 รักเลย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
2 ความคิดเห็น	0 ต่อโพสต์	2 แชร์
8 การแชร์	7 ต่อโพสต์	1 แชร์

124 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	67 การคลิกลิค์	57 การคลิกอื่นๆ *
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชื่อมโยง

1 ข้อโพสต์	0 ข้อโพสต์ทั้งหมด
0 รายการว่าเป็นสแปม	0 ไลก์ถูกใจเลย


สถิติที่มีการรายงานการละเมิดจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

CC ยอด 4,460 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 3,314 Views

รายละเอียดโพสต์

ทระโจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas 7m · 9 พฤษภาคม ·

รายการทระโจ : จิต ธีระ ภาณุวงษ์ประเสริฐ - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว
มารู้เท่าทันทุกกลวิธีของบรรณาธิการข่าวสาร ที่จะไม่ให้คุณตกเป็นเหยื่อของ
ข่าว !!!
บุรุษ 1/3 <https://youtu.be/BXq7ayTVs1Q>... ดูเพิ่มเติม



YOU TUBE - U2J8M
รายการทระโจ : จิต ธีระ ภาณุวงษ์ประเสริฐ - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว 1/3 [6 เม.ย 62]

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 420 คน

4,460 คนที่เข้ามาดู 88 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍👍👍 30 🗨️ 1 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
4,460 คนที่เข้ามาดู

33 ความรู้สึก ความคิดเห็น และแชร์ *

31 ถูกใจ	31 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
1 รักเลย	1 ต่อโพสต์	0 ต่อการแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ต่อโพสต์	0 แชร์
1 การแชร์	1 ต่อโพสต์	0 แชร์

55 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	25 การคลิกลิค์	30 การคลิกอื่นๆ *
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชื่อมโยง


0 ข้อโพสต์	0 ข้อโพสต์ทั้งหมด
0 รายการว่าเป็นสแปม	0 ไลก์ถูกใจเลย

สถิติที่มีการรายงานการละเมิดจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

ทระโจ Johjai
เผยแพร่โดย Mo Napas 7m · 9 พฤษภาคม ·

รายการทระโจ : จิต ธีระ ภาณุวงษ์ประเสริฐ - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
มารู้เท่าทันทุกกลวิธีของบรรณาธิการข่าวสาร ที่จะไม่ให้คุณตกเป็นเหยื่อของ
ข่าว !!!... ดูเพิ่มเติม



YOU TUBE - U2J8M
รายการทระโจ : จิต ธีระ ภาณุวงษ์ประเสริฐ - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว (AD) 1/3

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿33 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 420 คน

3,314 คนที่เข้ามาดู 50 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

👍👍👍 17 🗨️ 0 ครั้ง

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ
3,314 คนที่เข้ามาดู

33 ความรู้สึก ความคิดเห็น และแชร์ *

17 การดูถูกใจ	17 ต่อโพสต์	0 แชร์
0 ความคิดเห็น	0 ต่อโพสต์	0 แชร์
0 การแชร์	0 ต่อโพสต์	0 แชร์

33 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	17 การคลิกลิค์	16 การคลิกอื่นๆ *
---------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชื่อมโยง

0 ข้อโพสต์	1 ข้อโพสต์ทั้งหมด
0 รายการว่าเป็นสแปม	0 ไลก์ถูกใจเลย

สถิติที่มีการรายงานการละเมิดจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

เทพหลักของรายการ ยอด 1,184 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

เสปสื้ออย่างไรมให้ตกเป็นเหยื่อของชาว...หรือแม่แต่ผู้ประกาศ
ชาวที่คุณชื่นชม !!

รายการเจาะใจ : จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย
ชาว

#เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #จิตฮิมะ #เสปสื้ออย่างไรมให้เท่าทันสมัย



รายการเจาะใจ EP.13: จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย...
รายการเจาะใจ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT
HD หมายเลข 30 เจาะใจ พบกับ "จิต ฮิมะ กาญจนไพริน" ผู้ประกาศข่าว...
@youtube.com

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
เสปสื้ออย่างไรมให้ตกเป็นเหยื่อของชาว... หรือแม่แต่ผู้ประกาศชาวที่คุณชื่นชม !!
รายการเจาะใจ : จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย
#เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #จิตฮิมะ #เสปสื้ออย่างไรมให้เท่าทันสมัย
<https://youtu.be/3VO2SprVg8M>

มองเห็น	1,184
จำนวนเรปอร์ททวีตที่ทวีตต่อทวีต	
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	4
จำนวนเรปอร์ททวีตที่ตอบกลับทวีต	

ยอด Views 1,033 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,103 Views

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย
มารูเท่าทันสมัยทุกวิธีของกรนำมาเสนอข่าวสาร ที่จะไม่ทำให้คุณ
ตกเป็นเหยื่อของชาว !!

เบรค 1/3 youtu.be/BXq7ayTVs1Q
เบรค 2/3 youtu.be/n73dl3uE3E0
เบรค 3/3 youtu.be/w8IXIVSPbwo

#เจาะใจ #จิตฮิมะ #เสปสื้ออย่างไรมให้เท่าทันสมัย



รายการเจาะใจ - จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย...
รายการเจาะใจ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT
HD หมายเลข 30 เจาะใจ พบกับ "จิต ฮิมะ กาญจนไพริน" ผู้ประกาศข่าว...
@youtube.com

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย
มารูเท่าทันสมัยทุกวิธีของกรนำมาเสนอข่าวสาร ที่จะไม่ทำให้คุณตกเป็นเหยื่อของชาว !!
เบรค 1/3 <https://youtu.be/BXq7ayTVs1Q>
เบรค 2/3 <https://youtu.be/n73dl3uE3E0>
เบรค 3/3 <https://youtu.be/w8IXIVSPbwo>
#เจาะใจ #จิตฮิมะ #เสปสื้ออย่างไรมให้เท่าทันสมัย


มองเห็น	1,033
จำนวนเรปอร์ททวีตที่ทวีตต่อทวีต	
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	1
จำนวนเรปอร์ททวีตที่ตอบกลับทวีต	

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

รายการเจาะใจ : จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย
ชาว (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)

เบรค 1/3 youtu.be/S3YCBPnY7w
เบรค 2/3 youtu.be/HTkajuJakyg
เบรค 3/3 youtu.be/nfnJc_ie8Q

#เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #จิตฮิมะ #เสปสื้ออย่างไรมให้เท่าทันสมัย



รายการเจาะใจ : จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย...
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) รายการเจาะใจ ออก
อากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30...
@youtube.com

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia
รายการเจาะใจ : จิต ฮิมะ กาญจนไพริน - รูเท่าทันสมัย รูเท่าทันสมัย (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
เบรค 1/3 <https://youtu.be/S3YCBPnY7w>
เบรค 2/3 <https://youtu.be/HTkajuJakyg>
เบรค 3/3 https://youtu.be/nfnJc_ie8Q
#เจาะใจ #แรงบันดาลใจ #จิตฮิมะ #เสปสื้ออย่างไรมให้เท่าทันสมัย

มองเห็น	1,103
จำนวนเรปอร์ททวีตที่ทวีตต่อทวีต	
การดูสื่อ	1
จำนวนมีดกดข้าม (ดูแล้วไม่แสดง) สติกเกอร์, GIF, วิดีโอ, GIF, รูปภาพของทวีตที่แนบ	
การมีส่วนร่วมทั้งหมด	3
จำนวนเรปอร์ททวีตที่ตอบกลับทวีต	

สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/3VO2SprVg8M	ปกติ	212,055
YOUTUBE	https://youtu.be/BXq7ayTVs1Q	CC	1,216
YOUTUBE	https://youtu.be/n73dl3uE3E0	CC	728
YOUTUBE	https://youtu.be/w8IXIV5Pbwo	CC	1,043
YOUTUBE	https://youtu.be/S3YCBiPnY7w	AD	1,120
YOUTUBE	https://youtu.be/HTkajuJakyg	AD	1,050
YOUTUBE	https://youtu.be/nfnJc_iie8Q	AD	1,030
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156935824688964?__tn__=-R	ปกติ	1,353
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156935811873964?__tn__=-R	CC	1,051
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156935822613964?__tn__=-R	AD	1,171
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2691012647581272?__tn__=-R	ปกติ	6,649
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2691700974179106?__tn__=-R	CC	4,283
FACEBOOK JOHJAI	https://www.facebook.com/Johjai/posts/2691707970845073?__tn__=-R	AD	3,314
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1141957276112060416	ปกติ	1,184
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1126719671086882816	CC	1,033
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1126719773553770496	AD	1,103

รวมยอด Views ของ รายการเจาะใจ : จั๊ต ชีมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว [6 เม.ย 62]

239,383 Views

สรุปยอด รายการ Perspective 3 เทป

Perspective EP.10 : พงศันรินทร์ อุลิศ - Cat Radio [17 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 37,541 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 3,647 Views

Thumbnail	Title	Visibility	Monetization	Published	Views	CC Views	Engagement
	Perspective EP.10 : พงศันรินทร์ อุลิศ - Cat Radio [17 มี.ค 62]	Public	On	Mar 18, 2019	37,541	28	97.1% (373 likes)
	Perspective EP.10 : พงศันรินทร์ อุลิศ - Cat Radio [17 มี.ค 62]	Public	On	Mar 28, 2019	3,647	0	89.5% (34 likes)

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,216 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,198 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napsas · 18 มีนาคม เวลา 13:00 น. · 0 · 0

ชมย้อนหลังรายการ Perspective พบกับ "พงศันรินทร์ อุลิศ" - Cat Radio
ชมเพิ่มเติม https://youtu.be/Ze_Z2meS3UU... ดูเพิ่มเติม

Perspective EP.10 : พงศันรินทร์ อุลิศ - Cat Radio [17 มี.ค 62]
รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ ไปรับโพสดีด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,216 คนที่เข้ามาดู 12 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมตโพสดี](#)

Kannika Nualnoi และ Kittipong Mahanam

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🇹🇭

ประสิทธิภาพของโพสดีของคุณ
1,216 คนที่เข้าถึง

การถูกใจ	ความคิดเห็น	การแชร์
2	0	0
2	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0

10 จำนวนการคลิกโพสดี

การดูภาพ	การคลิกลิงก์	การคลิกอื่นๆ
1	4	5

ความคิดเห็นเชิงลบ

ชอว์โพสดี	รายงานว่าเป็นสแปม	ชอว์โพสดีทั้งหมด	เลิกถูกใจเพจ
0	0	0	0
0	0	0	0

สถิติที่มีกรรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่มีปรากฏบนโพสดี

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napsas · 27 มีนาคม เวลา 14:30 น. · 0 · 0

ชมย้อนหลังรายการ Perspective (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) "พงศันรินทร์ อุลิศ" - Cat Radio
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/bygd8NzAwBg>
#JSL #Perspective #เสฟสื่ออย่างไรให้เท่ากัน

Perspective EP.10 : พงศันรินทร์ อุลิศ - Cat Radio [17 มี.ค 62]
รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ ไปรับโพสดีด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,198 คนที่เข้ามาดู 6 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมตโพสดี](#)

Kannika Nualnoi

👍 ถูกใจ 🗨 แสดงความคิดเห็น 🗨 แชร์ 🇹🇭

ประสิทธิภาพของโพสดีของคุณ
1,198 คนที่เข้าถึง

การถูกใจ	ความคิดเห็น	การแชร์
1	0	0
1	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0

5 จำนวนการคลิกโพสดี

การดูภาพ	การคลิกลิงก์	การคลิกอื่นๆ
1	2	2

ความคิดเห็นเชิงลบ

ชอว์โพสดี	รายงานว่าเป็นสแปม	ชอว์โพสดีทั้งหมด	เลิกถูกใจเพจ
0	0	0	0
0	0	0	0

สถิติที่มีกรรายงานอาจจะต่างจากสิ่งที่มีปรากฏบนโพสดี

FACEBOOK PERSPECTIVE

CC ยอด 23,421 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 18,509 Views

Post details

Published by Perspective Admin on 18 March

สถานะ: 23,421 People reached, 1,291 Engagements, Boost Unavailable

Performance for your post

- 23,421 People Reached
- 5,954 3-second video views
- 333 Reactions, comments & shares
- 272 Likes (134 On post, 78 On shares)
- 16 Loves (11 On post, 5 On shares)
- 2 Wows (2 On post, 0 On shares)
- 5 Comments (1 On Post, 4 On Shares)
- 38 Shares (38 On Post, 0 On Shares)
- 959 Post Clicks
- 215 Clicks to Play (26 On Post, 716 On Shares)

NEGATIVE FEEDBACK

- 3 Hide post
- 0 Report as spam
- 2 Hide all posts
- 0 Unlike Page

Post Details

Published by Perspective Admin on 27 March at 14:30

สถานะ: 18,509 People reached, 450 Engagements, Boost Unavailable

Performance for your post

- 18,509 People Reached
- 151 Reactions, comments & shares
- 127 Likes (126 On post, 1 On shares)
- 6 Loves (6 On post, 0 On shares)
- 1 Comments (1 On Post, 0 On Shares)
- 17 Shares (17 On Post, 0 On Shares)
- 299 Post Clicks
- 96 Photo views
- 47 Link clicks
- 156 Other Clicks

NEGATIVE FEEDBACK

- 0 Hide post
- 0 Report as spam
- 0 Hide all posts
- 0 Unlike Page

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 507 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 579 Views

การวิเคราะห์ทวีต

JSL Global Media @JSLGlobalMedia

ขมย้อนหลังรายการ Perspective พบกับ "พงศจันทร์ อุลิต" - Cat Radio

ขมเพิ่มเติม youtu.be/Ze_Z2meS3UU

#JSL #Perspective #เสฟสื่ออย่างไรให้ทันสมัย

Perspective EP.10 : พงศจันทร์ อุลิต - Cat Radio [17 มี.ค 62]

รายการ Perspective สดจากสตูดิโอ ถ่ายสด เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD Perspective สัมภาษณ์พิเศษ "พิจัง - พงศจันทร์ อุลิต"...

507

ขมย้อน
ขมย้อนกลับกับขมย้อนกับในช่องทางนี้



สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Ze_Z2meS3UU	CC	37,54 1
YOUTUBE	https://youtu.be/bygd8NzAwBg	AD	3,647
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839344258964?__tn__=-R	CC	1,216
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156839351108964?__tn__=-R	AD	1,198
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/828593397479059?sfns=mo	CC	23,42 1
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/834944810177251?sfns=mo	AD	18,50 9
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1111129259743932417	CC	507
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/111130386837340160	AD	579

รวมยอด Views ของ Perspective EP.10 : พงศ์นรินทร์ อุลิต - Cat Radio [17 มี.ค 62] **86,618** Views

สรุปยอด รายการ Perspective 3 เทป

Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด นางยี่ขัน - The Cloud [31 มี.ค 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 30,172 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 5,149 Views

Thumbnail	Video Title	Visibility	Monetization	Published	Views	CC Views	Engagement
	Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด นางยี่ขัน - The Cloud รวม Perspective ดนงกษัตริย์กับ นางยี่ขัน ตอน 21.00 น. วันพุธ 9 MCOT HD (วีดิทัศน์ไม่ซ้ำ สดและย้อน)	Public	On	Apr 1, 2019 Published	30,172	8	93.9% 216 likes
	Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด นางยี่ขัน - The Cloud รวม Perspective ดนงกษัตริย์กับ นางยี่ขัน ตอน 21.00 น. วันพุธ 9 MCOT HD (วีดิทัศน์ไม่ซ้ำ สดและย้อน)	Public	On	Apr 2, 2019 Published	5,149	3	86.1% 31 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 1,216 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,324 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Naluku Yunho · 1 เมษายน ·

ชมย้อนหลัง Perspective พบกับวีดีทัศน์ "ก้อง ทรงกลด นางยี่ขัน" นวัตกรรมบริการบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา
ชมเพิ่มเติม <https://www.youtube.com/watch...>
#Perspective #JSL

YouTube.com
Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด นางยี่ขัน - The Cloud [31 มี.ค 62]
รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 6,400 คน

1,085 คนที่เข้ามาดู 15 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

Aphwat Buathongjan, Nachanan Sae-jueng และคนอื่นๆ อีก 3 คน

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,085 คนที่เข้าถึง

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

5 การถูกใจ	5 ขอนโพสต์	0 ขอนแชร์
1 ความคิดเห็น	1 ขอนโพสต์	0 ขอนแชร์
0 การแชร์	0 ขอนโพสต์	0 ขอนแชร์

9 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	3 การคลิกลิงก์	6 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 2 เมษายน ·

รายการ #Perspective พบกับ "ก้อง ทรงกลด นางยี่ขัน - The Cloud (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)"
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/EsE6Gj8xl>
#Perspective #JSL

YouTube.com
Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด นางยี่ขัน - The Cloud AD [31 มี.ค 62]
รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
โปรโมทโพสต์นี้ด้วยงบประมาณ ฿300 เพื่อเข้าถึงผู้ชมจำนวน 6,400 คน

1,324 คนที่เข้ามาดู 19 จำนวนการมีส่วนร่วม [โปรโมทโพสต์](#)

4 แชร์ 2 ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

ประสิทธิภาพของโพสต์ของคุณ

1,324 คนที่เข้าถึง

8 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

5 การถูกใจ	4 ขอนโพสต์	1 ขอนแชร์
0 ความคิดเห็น	0 ขอนโพสต์	0 ขอนแชร์
3 การแชร์	2 ขอนโพสต์	1 ขอนแชร์

11 จำนวนการคลิกโพสต์

0 การดูรูปภาพ	2 การคลิกลิงก์	9 การคลิกอื่นๆ #
---------------	----------------	------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสต์	0 ขอนโพสต์ทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสต์

FACEBOOK PERSPECTIVE

CC ยอด 18,236 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 14,285 Views

The image displays two Facebook post performance screenshots. The left screenshot shows a post titled 'PerspectiveTV' published on April 1st, with 18,236 views and 125 shares. It includes a video player and a 'Performance for your post' section with metrics for likes, love, comments, shares, and post clicks. The right screenshot shows a post titled 'PerspectiveTV' published on April 2nd, with 14,285 views and 173 other clicks. It includes a video player and a 'Performance for your post' section with similar metrics.

TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 827 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,116 Views

The image displays two Twitter posts from JSL Global Media. The top tweet, posted by 'ทวี่คระหัด', has 827 views and 1 retweet. The bottom tweet, also posted by 'ทวี่คระหัด', has 1,116 views and 3 retweets. Both tweets include a video player and a link to a YouTube video.

สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/Ze_Z2meS3UU	CC	30,172
YOUTUBE	https://youtu.be/bygd8NzAwBg	AD	5,149
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156847437958964?__tn__=-R	CC	1,216
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156851181513964?__tn__=-R	AD	1,324
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/836621030009629?sfns=mo	CC	18,236
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/837404239931308?sfns=mo	AD	14,285
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1112550201166688256	CC	827
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1113048591189258242	AD	1,116

รวมยอด Views ของ Perspective EP.11 : ก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน - The Cloud [31 มี.ค 62]

72,325 Views

สรุปยอด รายการ Perspective 3 เทป

Perspective EP.12 : ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับชื่อดัง [7 เม.ย 62]

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 55,246 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 4,687 Views

Thumbnail	Title	Visibility	Monetization	Published	Views	Comments	Engagement
	Perspective EP.12 : ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับ... รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD ติ๊ก - ทรงยศ สุข...	Public	On	Apr 8, 2019 Published	55,246	35	96.9% 600 likes
	Perspective EP.12 : ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับ... (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์ เวลา 21.00 น. ก...	Public	On	Apr 11, 2019 Published	4,687	3	90.9% 30 likes

FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA

CC ยอด 2,373 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,787 Views

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 8 เมษายน ·

ชมรายการ #Perspective พบกับ "ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์" ผู้กำกับชื่อดัง
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/M7mHHCJ17io>
#JSL #สพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
Perspective : ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับชื่อดัง [7 เม.ย 62]
รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์ เวลา 21.00 น. ทางช่อง 9 MCOT HD.

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
ไปรับโพสดีด้วยประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

2,373 คนที่เข้ามาดู 34 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปรับโพสดี](#)

7 แชร์ 2 คลัง

ปฏิกิริยา: ถูกใจ, แสดงความคิดเห็น, แชร์

ประสิทธิภาพของโพสดีของคุณ
2,373 คนที่เข้าถึง

10 ความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ #

6 ถูกใจ	6 โพลโพสดี	0 ดึงการแชร์
1 ติ๊กเลย	1 โพลโพสดี	0 ดึงการแชร์
1 ความคิดเห็น	1 ขบโพสดี	0 ขบแชร์
2 การแชร์	2 ขบโพสดี	0 ขบแชร์

24 จำนวนการคลิกโพสดี

0 การสรุปภาพ	8 การคลิกลิงก์	16 การคลิกอื่นๆ #
--------------	----------------	-------------------

ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสดี	0 ขอนโพสดีทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสดี

รายละเอียดโพสต์

JSL Global Media เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย
เผยแพร่โดย Mo Napas · 11 เมษายน ·

Perspective พบกับ "ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์" ผู้กำกับชื่อดัง (บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา)
ชมเพิ่มเติม <https://youtu.be/fkZ48Hdchhc>
#Perspective #JSL #สพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

YOU TUBE.COM
Perspective EP.12 : ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับชื่อดัง AD [7 เม.ย 62]
(บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา) รายการ Perspective ออกอากาศทุกวัน อาทิตย์...

เพิ่มยอดการกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์
ไปรับโพสดีด้วยประมาณ 8300 เพื่อเข้าถึงผู้คนจำนวน 6,400 คน

1,787 คนที่เข้ามาดู 14 จำนวนการมีส่วนร่วม [ไปรับโพสดี](#)

5 ความคิดเห็น 1 รายการ

ปฏิกิริยา: ถูกใจ, แสดงความคิดเห็น, แชร์

ประสิทธิภาพของโพสดีของคุณ
1,787 คนที่เข้าถึง

6 การถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ #

5 การถูกใจ	5 ขบโพสดี	0 ขบแชร์
1 ความคิดเห็น	1 ขบโพสดี	0 ขบแชร์
0 การแชร์	0 ขบโพสดี	0 ขบแชร์

8 จำนวนการคลิกโพสดี

0 การสรุปภาพ	3 การคลิกลิงก์	5 การคลิกอื่นๆ #
--------------	----------------	------------------

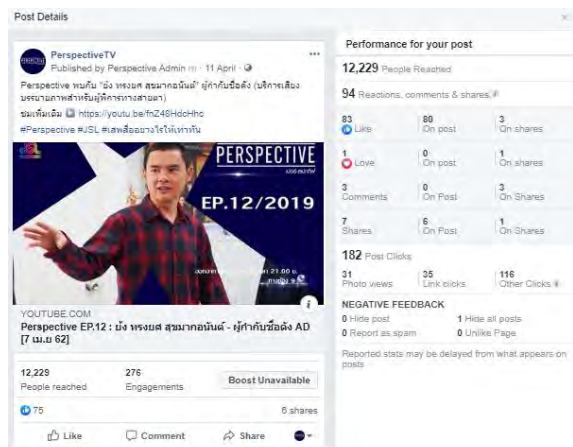
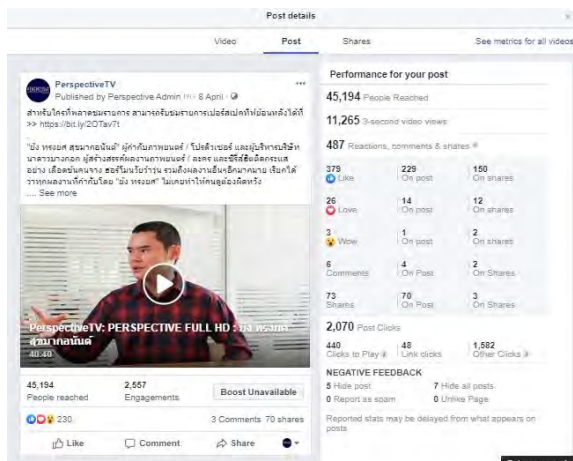
ความคิดเห็นเชิงลบ

0 ขอนโพสดี	0 ขอนโพสดีทั้งหมด
0 รายงานว่าเป็นสแปม	0 เลิกถูกใจเพจ

สถิติที่มีการรายงานอาจจะล่าช้าจากสิ่งที่ปรากฏบนโพสดี

FACEBOOK PERSPECTIVE

CC ยอด 45,194 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 12,229 Views



TWITTER JSL GLOBAL MEDIA

ยอด Views 868 Views และ บริการเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ยอด 1,567 Views





สรุปยอดรวมทั้งหมด

Platform	Link	CC / AD	Views
YOUTUBE	https://youtu.be/MrrlHCJ17to	CC	55,246
YOUTUBE	https://youtu.be/fnZ48HdcHhc	AD	4,687
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156864990858964?_tn_=-R	CC	2,373
FACEBOOK JSL GLOBAL MEDIA	https://www.facebook.com/JSLGlobalMedia/posts/10156872156393964?_tn_=-R	AD	1,787
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/840857459585986?sfns=mo	CC	45,194
FACEBOOK PERSPECTIVE	https://www.facebook.com/110557809282625/posts/842595139412218?sfns=mo	AD	12,229
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1115127768889487360	CC	868
TWITTER JSL GLOBAL MEDIA	https://twitter.com/JSLGlobalMedia/status/1116278609843326976	AD	1,567

รวมยอด Views ของ **Perspective EP.12 : ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับชื่อดัง [7 เม.ย 62]**

123,951 Views

สรุปยอดรวม

ประเภท	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ยอดรวมทั้งหมด
สารคดี 5 ตอน	73,654	69,514	60,508	89,299	75,039					368,014
TV Scoop 9 ตอน	52,218	60,215	54,348	62,207	70,319	66,352	81,888	72,983	73,384	593,914
JOHJAI 4 ตอน	112,116	91,796	31,768	239,383						475,063
PERSECTIVE 3 ตอน	86,618	72,325	123,951							282,894
1,719,885										
เฉลี่ย ยอด views 21 ตอน : ต่อ 1 ตอน = 81,899										

YOUTUBE JSL GLOBAL MEDIA 5 อันดับที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด

อันดับ	เทปที่ออกอากาศ	จำนวนผู้ชม
1	รายการเจาะใจ EP.13 : จิต ธิมะ กาญจนไพริน - รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันข่าว [6 เม.ย 62]	212,089
2	รายการเจาะใจ EP.10 : สุทธิชัย หยุ่น - รู้ทันข่าว เท่าทันสื่อ [16 มี.ค 62]	81,076
3	รายการเจาะใจ EP.11 : หมอแล็บ แพนด้า - รู้เท่าทัน โฆษณาเกินจริง [23 มี.ค 62]	71,486
4	Perspective EP.12 : ยิ่ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ - ผู้กำกับชื่อดัง [7 เม.ย 62]	55,246
5	Perspective EP.10 : พงศ์นรินทร์ อุลิศ - Cat Radio [17 มี.ค 62]	37,541

1.7 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อทางอินเทอร์เน็ต

ตารางแสดงจำนวนผู้ชมรายการ แยกตามช่องทางที่ออกอากาศ

รายการรู้ทันสื่อ...คือทางออก

ตอนที่	วันที่ออกอากาศ ครั้งแรก (First Run)	ชื่อตอน	จำนวนผู้ชมผ่านโทรทัศน์				จำนวนผู้ชมผ่านออนไลน์			จำนวนผู้ชมรวม ทุกช่องทาง
			ไทยรัฐทีวี	NEW 18	อมรินทร์ทีวี	SPRING26	Facebook	Youtube	Twitter	
1	Sun, 17 Mar, 2019	พลังของสื่อ	13,738	12,056	41,183	25,919	70,394	2,353	907	166,550
2	Sun, 24 Mar, 2019	สื่อ นักบุญหรือซาตาน	31,511	1,927	17,396	11,864	66,516	1,457	1,541	132,212
3	Sun, 31 Mar, 2019	เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	14,376	8,323	38,166	66,235	57,494	1,114	1,900	187,608
4	Sun, 07 Apr, 2019	เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	18,936	7,591	9,827	28,948	83,719	3,578	2,002	154,601
5	Sun, 14 Apr, 2019	คนนำสื่อ	7,333	17,469	30,720	7,435	70,311	2,492	2,236	137,996
										778,967

รายการเสพสื่ออย่างไร ให้รู้เท่าทัน

ตอนที่	วันที่ออกอากาศ ครั้งแรก (First Run)	ชื่อตอน	จำนวนผู้ชมผ่านโทรทัศน์				จำนวนผู้ชมผ่านออนไลน์			จำนวนผู้ชมรวม ทุกช่องทาง
			ไทยรัฐทีวี	NEW 18	อมรินทร์ทีวี	SPRING26	Facebook	Youtube	Twitter	
1	18/03/2019	เนียนโฆษณา	357,097	453,748	156,707	109,828	48,688	1,987	1,543	1,129,598
2	19/03/2019	โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	349,169	267,943	143,509	109,615	57,883	701	1,631	930,451
3	26/03/2019	ข่าวลวง	597,044	254,008	134,444	121,975	49,845	3,306	1,177	1,161,799
4	27/03/2019	เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์	569,762	297,987	161,769	22,999	59,943	904	1,360	1,114,724
5	01/04/2019	เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	380,539	430,530	152,926	125,890	67,464	860	1,995	1,160,204
6	03/04/2019	สื่อกับการละเมิดสิทธิ	435,993	335,031	131,269	149,387	63,576	836	1,940	1,118,032
7	08/04/2019	ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	339,954	226,517	171,894	44,454	79,298	736	1,854	864,707
8	10/04/2019	การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	307,255	345,178	125,035	16,810	67,675	2,339	2,969	867,261
9	15/04/2019	การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	373,072	260,200	221,591	106,857	67,720	3,828	1,836	1,035,104
										9,381,880

6	03/04/2019	สื่อกับการละเมิดสิทธิ	435,993	335,031	131,269	149,387	63,576	836	1,940	แบบฟป 18,032.1
7	08/04/2019	ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	339,954	226,517	171,894	44,454	79,298	736	1,854	864,707
8	10/04/2019	การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	307,255	345,178	125,035	16,810	67,675	2,339	2,969	867,261
ตารางแสดงจำนวนผู้ชมรายการแยกตามช่องทางที่ออกอากาศ			373,072	260,200	221,591	106,857	67,720	3,828	1,836	1,035,104
										9,381,880

รายการเจาะใจ

ตอนที่	วันที่ออกอากาศ ครั้งแรก (First Run)	ชื่อตอน	จำนวนผู้ชมผ่านโทรทัศน์		จำนวนผู้ชมผ่านออนไลน์			จำนวนผู้ชมรวม ทุกช่องทาง
			MCOT HD	MCOT Family	Facebook	Youtube	Twitter	
1	Sat, 16 Mar, 2019	ตอนที่ 1 : รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ	62,468	5,666	13,009	94,490	4,617	180,250
2	Sat, 23 Mar, 2019	ตอนที่ 2 : เสพสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ?	182,898	8,394	11,669	75,453	4,674	283,088
3	Sat, 30 Mar, 2019	ตอนที่ 3 : รู้ทัน...ละคร	66,031	6,515	10,831	17,517	3,420	104,314
4	Sat, 06 Apr, 2019	ตอนที่ 4 : เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง	142,765	12,997	17,821	218,242	3,320	395,145
								962,797

รายการเปอร์สเปกทีฟ

ตอนที่	วันที่ออกอากาศ ครั้งแรก (First Run)	ชื่อตอน	จำนวนผู้ชมผ่านโทรทัศน์		จำนวนผู้ชมผ่านออนไลน์			จำนวนผู้ชมรวม ทุกช่องทาง
			MCOT HD	MCOT Family	Facebook	Youtube	Twitter	
1	Sun, 17 Mar, 2019	คุณจ้อง พงศ์นรินทร์ อุลิส	58,132	4,715	44,344	41,188	1,086	149,465
2	Sun, 31 Mar, 2019	คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน	54,934	7,694	35,061	35,321	1,943	134,953
3	Sun, 07 Apr, 2019	คุณย้ง ทรงยศ สุขมากอนันต์	44,239	2,404	61,583	59,933	2,435	170,594
								455,012

จำนวนผู้ชมรายการรวมทุกช่องทางที่ออกอากาศ

11,578,656

1.8 จัดทำแผนการติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบ/วิธี วัดผล ขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินงาน

วัตถุประสงค์ของโครงการ :

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
2. เพื่อให้ประชาชนตระหนักรู้และตื่นตัว รวมถึงสร้างความปลอดภัยและเป็นการป้องกันการถูกลอกลวงจากการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และให้สามารถรับประโยชน์จากสื่อดังกล่าวอย่างมีวิจารณญาณ

โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย จากตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ ดังนี้

1. เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพรายการที่ผลิต
2. เพื่อวัดความรู้ความเข้าใจของประชาชน ในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
3. เพื่อวัดการรับรู้/การเคยเห็นรายการฯ (เสนอเพิ่มเติม)

ตัวชี้วัดความสำเร็จ :

- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนมีความพึงพอใจในคุณภาพรายการที่ผลิต
- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ระเบียบวิธีวิจัย :

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะการสัมภาษณ์แบบ Face-to-face Interviews ในลักษณะ CLT ตามบ้าน และที่ทำงาน โดยให้ชม TVCs ผ่าน Tablet ได้แก่ รายการ DOCUMENTARY, SCOOP SPOT, JOHJAI SCOOP, JOHJAI และ PERSPECTIVE

กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ:

ประชาชนคนไทยทั่วประเทศ อายุ 18-70 ปี ที่รับชมรายการโทรทัศน์ผ่านดิจิทัลทีวี

จำนวนตัวอย่าง : จำนวน 2,400 รายทั่วประเทศ

พื้นที่สำรวจ : กระจายในจังหวัดตัวอย่างตามภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ จำนวน 16 จังหวัด

พื้นที่	จังหวัด
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	กรุงเทพฯ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ
ภาคกลาง	อยุธยา สุพรรณบุรี
ภาคตะวันออก	ชลบุรี ระยอง
ภาคตะวันตก	กาญจนบุรี ราชบุรี
ภาคเหนือ	เชียงใหม่ นครสวรรค์
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ขอนแก่น นครราชสีมา
ภาคใต้	สงขลา/หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง :

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multistage Random Sampling กับกลุ่มเป้าหมาย ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 : เลือกจังหวัดตัวอย่างในแต่ละภาค โดยกระจายจากขนาดของจังหวัด จำนวนประชากร คัดเลือกจังหวัดตัวแทนภาคละ 2 จังหวัด เพื่อให้เป็นตัวแทนของแต่ละภาค (ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑล)

ขั้นตอนที่ 2 : ในแต่ละจังหวัด เลือกอำเภอตัวแทน จังหวัดละ 2 อำเภอ โดยกระจายตามอำเภอเมืองหรืออำเภอที่เจริญมากที่สุด และอำเภอที่เจริญรองลงมา โดยกระจายทั้งในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล สำหรับในเขตกรุงเทพฯ เลือกอำเภอหรือเขตการปกครองของกรุงเทพฯและปริมณฑล เป็นตัวแทนอย่างน้อย 60 เขต

ขั้นตอนที่ 3 : ในแต่ละอำเภอ/เขตการปกครอง สุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) โดยการกำหนดจุดในแต่ละอำเภอ/เขตการปกครองแล้วใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 แบบ คือเก็บข้อมูลตาม Central Location (สัมภาษณ์ตามแหล่งรวมของกลุ่มเป้าหมาย โดยกระจายในลักษณะของพื้นที่และสถานที่ เช่น สัมภาษณ์บริเวณสวนสาธารณะ ตลาดนัด เป็นต้น) ที่อยู่อาศัย (In-home Interviews) และที่ทำงาน (In-office Interviews)

ขั้นตอนที่ 4 : เลือกหน่วยตัวอย่างที่จะสัมภาษณ์ ตามคุณสมบัติที่กำหนด

จำนวนตัวอย่าง และการกระจายกลุ่มตัวอย่าง :

จำนวนตัวอย่างที่สำรวจ 2,400 ราย จำแนกตามพื้นที่ และช่วงอายุ (Generation) รายละเอียดดังนี้

อายุ/พื้นที่	กทม. และ ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาคใต้	รวมทั้ง ประเทศ
อายุ 18-24 ปี (มหาวิทยาลัย/ First Jobber)	100	50	50	50	50	50	50	400
อายุ 25-35 ปี (วัยทำงาน)	150	75	75	75	75	75	75	600
อายุ 36-50 ปี (วัยครอบครัว)	175	87	88	87	87	88	88	700
อายุ 51-70 ปี (วัยวางแผนความ มั่นคง)	175	88	87	88	88	87	87	700
รวม	600	300	300	300	300	300	300	2,400

หมายเหตุ : กำหนดจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของ Generation (ช่วงอายุ) ซึ่งอิงตามสัดส่วนของประชากรจริง (Population) เพื่อให้หน่วยตัวอย่างได้กระจายครอบคลุมในทุกช่วงอายุ

ประเภทของเนื้อหาในการประเมินผลฯ :

รวม 21 ตอน ประกอบด้วย

1. สารคดี จำนวน 5 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที
2. ทวี สฤกษ์ จำนวน 9 ตอน ความยาวตอนละ 1 นาที
3. การให้ข้อมูลในเนชั่นรายการ เจาะใจ จำนวน 4 ตอน ความยาวตอนละ 30 นาที
4. การให้ข้อมูลในเนชั่นรายการ Perspective จำนวน 3 ตอน ความยาวตอนละ 30 นาที

หมายเหตุ : กรณีรายการที่ให้ชมมีความยาวเกินไป และไม่สามารถตัดให้สั้นลงได้ ในการประเมินฯ อาจต้องใช้วิธี Rotate รายการฯ ในผู้ตอบแต่ละราย โดยผู้ตอบแต่ละรายจะได้ชมรายการสารคดี 1 ตอน หรือรายการเจาะใจ 1 ตอน หรือรายการ Perspective 1 ตอน และชมทวี สฤกษ์ ทั้ง 9 ตอน รวมเวลาในการรับชมประมาณ 40 นาที และถาม-ตอบในแบบสอบถามอีกประมาณ 15-20 นาที

เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ในแต่ละหัวข้อที่ศึกษา การแสดงผลด้วยการแจกแจงข้อมูล (Cross-tabulation Tables) โดยรวม และจำแนกตาม Demographic เป็นต้น

การวัดระดับความพึงพอใจ ใช้วิธี Semantic Differential Scale (ของ C.E. Osgood, G.J. Suci and P.H. Tannenbaum) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	ปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1

ระยะเวลาดำเนินงาน

ตามแผนการดำเนินงาน การติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการ ดังนี้

การดำเนินงาน	เดือน/สัปดาห์ที่																					
	พ.ย.61				ธ.ค.61				ม.ค.62				เม.ย.62				พ.ค.62				มิ.ย.62	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
พัฒนาแบบประเมินฯ	■	■																				
นำเสนอแบบประเมินฯ			■	■																		
พิจารณาและปรับแก้แบบประเมินฯ					■	■	■	■														
อนุมัติแบบประเมินฯ									■	■												
ขั้นตอนการเก็บข้อมูลและเขียนรายงานผลการประเมินฯ																						
กำหนดพื้นที่เก็บข้อมูล											■	■	■									
อบรมพนักงานสัมภาษณ์													■									
เก็บข้อมูลภาคสนาม													■	■	■	■	■	■				
วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล																			■	■		
จัดทำรายงานการประเมินผลฯ																					■	■

แบบสัมภาษณ์ :

QC

เลขที่แบบสอบถาม

ชื่อ - นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์		
ที่อยู่		
รหัสไปรษณีย์	โทรศัพท์ (บ้าน)	มือถือ
โทรศัพท์ (ที่ทำงาน)		E-mail Address:
ชื่อพนักงานสัมภาษณ์		วันที่สัมภาษณ์
ผู้ควบคุมการสัมภาษณ์		ผู้ตรวจแบบสอบถาม

แนะนำตัว	<p>สวัสดีครับ/คะ ผม/ดิฉันเป็นพนักงานสัมภาษณ์ของบริษัทอินโฟเสิร์ช จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาและวิจัยทางด้านการตลาด ขณะนี้ทางบริษัทฯ กำลังสำรวจ ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อเนื้อหารายการในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ จึงใคร่ขอรบกวนเวลาของคุณสักครู่ครับ/คะ ไม่ทราบว่ายินดี และสะดวกหรือไม่ครับ/คะ โดยทุกคำตอบของคุณ ทางบริษัทฯ จะเก็บเป็นความลับ และจะนำไปประมวลผลทางสถิติในภาพรวมเท่านั้น</p>
----------	---

โควตา : พื้นที่

ภาค		จังหวัด			
1	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	10 กรุงเทพฯ	11 นนทบุรี	13 ปทุมธานี	14 สมุทรปราการ
2	ภาคกลาง	20 ออยุธยา		21 สุพรรณบุรี	
3	ภาคตะวันออก	30 ชลบุรี		31 สระยอง	
4	ภาคตะวันตก	40 กาญจนบุรี		41 ราชบุรี	
5	ภาคเหนือ	50 เชียงใหม่		51 นครสวรรค์	
6	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	60 ขอนแก่น		61 นครราชสีมา	
7	ภาคใต้	70 สงขลา/หาดใหญ่		71 สุราษฎร์ธานี	

สถานที่สัมภาษณ์

เก็บข้อมูลตามบ้าน	1
เก็บข้อมูลตามทำงาน	2
Central Location	3

คำถามคัดเลือก

S1. คุณหรือสมาชิกในครอบครัวมีใครทำงานในธุรกิจต่อไปนี้หรือไม่?

บริษัทวิจัยตลาด	1	➔ ปิดการสัมภาษณ์
บริษัทโฆษณา/บริษัทผู้ผลิต-ถ่ายทำโฆษณา	2	
สถานีโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	3	
ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจข้างต้น	4	➔ สัมภาษณ์ต่อ

S2. ปัจจุบันคุณอายุ _____ ปี?

ต่ำกว่า 18 ปี	0	➔ ปิดการสัมภาษณ์
18-24 ปี	1	➔ สัมภาษณ์ต่อ
25-35 ปี	2	
36-50 ปี	3	
51-70 ปี	4	
มากกว่า 70 ปี	5	➔ ปิดการสัมภาษณ์

แสดงการ์ด : รายได้

S3. รายได้ครอบครัวต่อเดือนของคุณอยู่ในช่วงใด ?

รหัส	กรุงเทพและปริมณฑล		ต่างจังหวัดในเขตเทศบาล		ต่างจังหวัดนอกเขตเทศบาล	
< C-	น้อยกว่า 18,000 บาท	1*	น้อยกว่า 10,000 บาท	1*	น้อยกว่า 6,500 บาท	1*
C-	18,000-24,000 บาท	2	10,000-15,000 บาท	2	6,500-10,000 บาท	2
C	24,001-35,000 บาท	3	15,001-25,000 บาท	3	10,001-20,000 บาท	3
C+	35,001-50,000 บาท	4	25,001-35,000 บาท	4	20,001-25,000 บาท	4
B	50,000-85,000 บาท	5	35,001-55,000 บาท	5	25,001-35,000 บาท	5
A	85,000+ บาท	6	55,000+ บาท	6	35,000+ บาท	6

* พนักงานสัมภาษณ์ ปิดการสัมภาษณ์ หากรายได้ครอบครัวในกรุงเทพและปริมณฑล น้อยกว่า 18,000 บาทต่อเดือน (ตอบรหัส 1) หรือต่างจังหวัดในเขตเทศบาล น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน (ตอบรหัส 1) หรือต่างจังหวัดนอกเขตเทศบาล น้อยกว่า 6,500 บาทต่อเดือน (ตอบรหัส 1)

S4. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา คุณรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านดิจิทัลทีวี หรือไม่?

รับชม	1	➔ สัมภาษณ์ต่อ
ไม่ได้รับชม	2	➔ ปิดการสัมภาษณ์

S5. คุณรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านดิจิทัลทีวี บ่อยแค่ไหน?

ทุกวัน/เกือบทุกวัน	1	➔ สัมภาษณ์ต่อ
สัปดาห์ละ 4-5 วัน	2	
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	3	
สัปดาห์ละ 1 วัน	4	➔ ปิดการสัมภาษณ์
นานกว่า 1 สัปดาห์	5	

คำถามหลัก

I. การรับรู้/เคยดูรายการฯ

แสดงรายละเอียดของรายการโทรทัศน์ สารคดี 5 ตอน, ทวี สุกี้ 9 ตอน, เจาะใจ 4 ตอน, Perspective 3 ตอน

Q1. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยเห็น/ เคยดูรายการโทรทัศน์ ต่อไปนี้หรือไม่?

รายการโทรทัศน์	เคยดู/เคยเห็น	ไม่เคยดู/ไม่เคยเห็น
สารคดี		
ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ	1	2
ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน	1	2
ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	1	2
ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	1	2
ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ	1	2
ทีวี สุกี้		
ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณา	1	2
ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	1	2
ตอนที่ 3 : ข้าวลวง	1	2

ตอนที่ 4 : เเคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์	1	2
ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	1	2
ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ	1	2
ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	1	2
ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	1	2
ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	1	2
เจาะใจ		
ตอนที่ 1 : รู้เสพสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ ?	1	2
ตอนที่ 2 : รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ	1	2
ตอนที่ 3 : รู้ทัน...ละคร	1	2
ตอนที่ 4 : เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง	1	2
Perspective		
ตอนที่ 1 : คุณจ๋อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ Cat Radio เป็นสถานีวิทยุออนไลน์ ที่เน้นเปิดเพลงไทยสากล และเพลงสากลนอกกระแส เป็นผู้บริหารโรงภาพยนตร์เฮาส์ อาร์ซีเอ	1	2
ตอนที่ 2 : คุณก้อง ทรงกวด บางยี่ขัน อดีตบรรณาธิการนิตยสาร a day 10 กว่าปี และปัจจุบันเป็นบรรณาธิการสื่อคอนเทนต์ออนไลน์ The cloud	1	2
ตอนที่ 3 : คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์ ผู้กำกับซีรีส์ชื่อดัง	1	2

รายการสารคดี

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการสารคดี ตอนที่ 1 : พลังของสื่อ ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ D1.1 – D1.3

II. ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อ

D1.1 รายการสารคดีชุดนี้ ต้องการบออะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

D1.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่า รายการสารคดีชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. สื่อมีความสำคัญ ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตเราและต่อสังคม	1	2
2. ผู้บริโภคควรมีความระมัดระวังในการเสพสื่อ	1	2

III. ความพึงพอใจ

D1.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

D. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการสารคดี ตอนที่ 2 : สื่อ นักบุญหรือซาตาน ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ D2.1

- D2.3

II. ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อ

D2.1 รายการสารคดีชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

D2.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่า รายการสารคดีชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. สื่อมีทั้งเชิงสร้างสรรค์สังคม และเชิงทำลายสังคม	1	2
2. ผู้บริโภคควรให้ความสนใจการเสพสื่อให้มากขึ้น รู้คุณและโทษของสื่อ	1	2

III. ความพึงพอใจ

D2.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

D. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการสารคดี ตอนที่ 3 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1) ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ
D3.1 – D3.3

D3.1 รายการสารคดีชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

D3.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่า รายการสารคดีชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม?

	ใช่	ไม่ใช่
1. รู้ถึงแหล่งที่มาของสื่อ	1	2
2. รู้ถึงเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ	1	2
3. ความรู้ความเข้าใจที่ได้จากสื่อ	1	2
4. รู้ถึงมุมมอง และประโยชน์ที่ได้รับ	1	2
5. ให้รู้วัตถุประสงค์ในการสร้างสื่อเพื่ออะไร	1	2

III. ความพึงพอใจ

D3.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

D. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการสารคดี ตอนที่ 4 : เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2) ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ

D4.1 – D4.3

D4.1 รายการสารคดีชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

D4.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่า รายการสารคดีชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. รู้ถึงแหล่งที่มาของสื่อ	1	2
2. รู้ถึงเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความสนใจ	1	2
3. ความรู้ความเข้าใจที่ได้จากสื่อ	1	2
4. รู้ถึงมุมมอง และประโยชน์ที่ได้รับ	1	2
5. ให้รู้วัตถุประสงค์ในการสร้างสื่อเพื่ออะไร	1	2

III. ความพึงพอใจ

D4.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

D. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการสารคดี ตอนที่ 5 : คนนำสื่อ ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ D5.1 – D5.3

D5.1 รายการสารคดีชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

D5.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่า รายการสารคดีชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. ผู้บริโภคสามารถเป็น “ผู้กำหนดสื่อ” ได้ โดยตระหนักถึงบทบาทของตนในการที่จะป้องกันสื่อที่ไม่ดีที่สามารถทำร้ายสังคม และส่งเสริมสื่อที่ดีให้มีพลังที่จะสร้างสรรค์สื่อได้ต่อไป	1	2

2. ส่งเสริมให้เกิดความเท่าทันสื่อให้กับบุคคลในกลุ่มวัย ฐานะ และสถานที่ ที่แตกต่างกัน	1	2
--	---	---

III. ความพึงพอใจ

D5.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

D. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

รายการ TV Scoop

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการทีวี สกู๊ป ตอนที่ 1 : เนียนโฆษณาให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ T1.1 – T1.3

T1.1 รายการทีวี สกู๊ปชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T1.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการทีวี สก๊อปชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
นำเสนอการโฆษณา สอดแทรกสินค้าแฝงไปกับรายการ เช่น การวางสินค้าประกอบฉาก การบอกเล่าประสบการณ์การใช้สินค้า เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาโดยไม่รู้ตัว	1	2

III. ความพึงพอใจ

T1.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทีวี สก๊อป ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการทีวี สก๊อป ตอนที่ 2 : โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ T2.1 – T2.3

T2.1 รายการทีวี สก๊อปชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T2.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการทีวี สก๊อปชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
ควรตรวจสอบเลขที่ใบอนุญาตจากทาง อย. ก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อป้องกันการโอ้อวดสรรพคุณที่เกินจริง	1	2

III. ความพึงพอใจ

T2.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทีวี สก๊อป ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการทีวี สก๊อป ตอนที่ 3 : ข่าวลวง ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ T3.1 – T3.3

T3.1 รายการทีวี สก๊อปชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T3.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ ทวี สก๊อปชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
ผู้เสฟสื่อควรตรวจสอบข้อมูลข่าวสารให้ดี ๆ ก่อนที่จะแชร์ มิฉะนั้นจะกลายเป็นเครื่องมือในการกระจายข่าวลวงได้	1	2
ปัจจุบันสื่อต่างๆ อาจเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในสังคมได้ เช่น การปล่อยข่าวลวงเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง ผู้เสฟสื่อจึงควรรู้เท่าทัน ใช้สติให้รอบคอบก่อนจะหลงเชื่อและกระจายข่าว	1	2

III. ความพึงพอใจ

T3.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทวี สก๊อป ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ ทวี สก๊อป ตอนที่ 4 : เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ

T4.1 – T4.3

T4.1 รายการทวี สก๊อปชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T4.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ ทวี สก๊อปชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
ผู้รับชมควรใช้วิจารณญาณในการรับชม ไตร่ตรองก่อนตัดสินใจหลงเชื่อในโฆษณาหรือรายการชวนเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง หรือการดูดวงเปลี่ยนชะตา สะเดาะเคราะห์เพื่อให้ชีวิตดีขึ้น ในลักษณะที่เหลือเชื่อเกินความเป็นจริง	1	2

III. ความพึงพอใจ

T4.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทวี สก๊อป ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ ทวี สก๊อป ตอนที่ 5 : เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ

T5.1 – T5.3

T5.1 รายการทวี สก๊อปชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T5.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ ทวี สก๊อปชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
ผู้บริโภครอทราบว่า ใครเป็นผู้ผลิตสื่อ ผลิตเพื่อใคร ผู้ผลิตได้รับการสนับสนุนจากใคร ใครเป็นผู้ที่ได้ประโยชน์ ผู้ผลิตสื่อมีความน่าเชื่อถือแค่ไหน เพื่อให้เรารู้เท่าทันสื่อ และไม่ถูกเอาเปรียบจากสื่อ	1	2

III. ความพึงพอใจ

T5.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทีวี สก๊อป ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการทีวี สก๊อป ตอนที่ 6 : สื่อกับการละเมิดสิทธิ์ ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ T6.1

- T6.3

T6.1 รายการทีวี สก๊อปชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T6.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ ทวี สก๊อปชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
สื่อละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ด้วยการเปิดเผยข้อมูลสำคัญ หรือนำเสนอภาพที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล ทำให้ผู้ถูกอ้างถึง ตกเป็นจำเลยทางสังคมได้	1	2
ผู้เสพสื่อควรมีความเข้าใจ และต้องช่วยกันไม่เผยแพร่ต่อ และควรแจ้งผู้ผลิตสื่อ หรือร้องเรียน มิฉะนั้นเราอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวได้	1	2

III. ความพึงพอใจ

T6.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทีวี สก๊อป ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการทีวี สก๊อป ตอนที่ 7 : ความปลอดภัยในการใช้สื่อ ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ

T7.1 – T7.3

T7.1 รายการทีวี สก๊อปชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T7.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ ทวี สก๊อบชูดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
เราควรระมัดระวัง คิดให้รอบคอบในการใช้สื่อเพื่อโพสต์เรื่องราวหรือข้อมูลส่วนตัว เพราะอาจมีผู้ที่ไม่หวังดี ใช้เป็นข้อมูลในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ได้	1	2

III. ความพึงพอใจ

T7.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทีวี สก๊อบ ชูดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการทีวี สก๊อบ ตอนที่ 8 : การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วนให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ T8.1 – T8.3

T8.1 รายการทีวี สก๊อบชูดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T8.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ ทวี สก๊อปชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
การนำเสนอข่าวสารแบบฉาบฉวย ด้วยเนื้อหาไม่ครบถ้วน ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความเข้าใจผิด ซึ่งนำไปสู่ความเสียหายด้านทรัพย์สินชื่อเสียงของผู้ถูกนำเสนอ ถือเป็นกรกระทำที่มีความผิด	1	2

III. ความพึงพอใจ

T8.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทีวี สก๊อป ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการทีวี สก๊อป ตอนที่ 9 : การอ้างสรรพคุณจากผู้บริโภคหรือบริการให้ผู้ให้สัมภาษณ์ ชม แล้วถามข้อ T9.1 – T9.3

T9.1 รายการทีวี สก๊อปชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

T9.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการทีวี สก๊อปชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
การสร้างความน่าเชื่อถือของโฆษณาด้วยการใช้ดารารหรืออ้างผู้ที่เคยใช้มารับรอง ควรพิจารณาว่าดารารผู้ผู้ใช้งานนั้นๆ ใช้จริงหรือไม่ หรือเป็นเพียงการใช้เพื่อการโฆษณา ก่อนตัดสินใจเชื่อในตัวสินค้าและบริการ	1	2

III. ความพึงพอใจ

T9.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการทีวี สก๊อป ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

T10. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

รายการ “เจาะใจ”

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ “เจาะใจ” ตอนที่ 1 : รู้เสพสื่อโฆษณาอย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ
? ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ J1.1 – J1.3

J1.1 รายการ “เจาะใจ”ชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

J1.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. สื่อโฆษณาที่มีการโฆษณาขายสินค้าต่างๆ ถ้าผู้เสพสื่อไม่รู้เท่าทัน ก็อาจโดนหลอกให้หลงเชื่อได้ง่าย	1	2
2. ผู้เสพสื่อทั่วไปควรเข้าใจถึงวิธีการและกลไกของสื่อ ว่าเป็นอย่างไร มีที่มาที่ไปอย่างไร ผู้ที่รับชมจะได้รู้เท่าทันได้	1	2

III. ความพึงพอใจ

J1.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

J. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ “เจาะใจ” ตอนที่ 2 : รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ J2.1

- J2.3

J2.1 รายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

J2.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
ในการเสพสื่อ หรือเสพข่าวใดๆ เราควร 1.อย่าเพิ่งหลงเชื่อ 2.ตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าว 3.ตั้งคำถาม 4.ตรวจเช็คกับผู้ที่คิดว่าน่าจะรู้เรื่องนี้ดี เพื่อจะได้ช่วยกันหยุดข่าวที่หลอกลวงได้	1	2

III. ความพึงพอใจ

J2.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

J. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ “เจาะใจ” ตอนที่ 3 : รู้ทัน...ละคร ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ J3.1 – J3.3

J3.1 รายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

J3.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
ละครนอกจากจะให้ความบันเทิงแล้ว ยังสะท้อนสังคมหรือสามารถชี้นำสังคม รวมไปถึงสร้างค่านิยมในสังคมได้ด้วย ดังนั้นผู้รับชมควรเสพอย่างรู้เท่าทัน	1	2

III. ความพึงพอใจ

J3.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

J. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ “เจาะใจ” ตอนที่ 4 : เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง ให้
ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ J4.1 – J4.3

J4.1 รายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

J4.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. ปัจจุบันสื่อมีหลากหลายกลไกล หลากหลายวิธีการ ผู้รับชมควรวิเคราะห์ แยกแยะได้ว่าจะเสพอย่างไรไม่ให้ได้รับโทษ และได้รับแต่ประโยชน์	1	2
2. ผู้รับชมควรดูข่าวอย่างรอบด้าน และอย่าหลงเชื่อข่าวใดข้างหนึ่ง หรือใครคนใดคนหนึ่งมากเกินไป	1	2

III. ความพึงพอใจ

J4.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการ “เจาะใจ” ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1

4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

J. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

รายการ “Perspective”

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ “Perspective” ตอนที่ 1 : แกร็บเชิญ คุณจ๋อง พงศ์นรินทร์ อุลิต – Cat Radio ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ P1.1 – P1.3

P1.1 รายการ “Perspective” ชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

P1.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ “Perspective” ชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. ทุกวันนี้เราสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างอิสระเสรี ผู้เสพสื่อจึงจำเป็นต้องมีวิจารณญาณที่ดี ในการที่จะเลือกรับสิ่งที่มีประโยชน์ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นโทษต่อตัวเอง	1	2
2. ผู้เสพสื่อทุกๆ คน ล้วนเป็นสื่อได้ด้วยกันทั้งนั้น ซึ่งอาจมีอิทธิพลที่จะมอบสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ให้กับคนในสังคมได้ ดังนั้นเราทุกๆ คน จึงควรรับผิดชอบในสิ่งที่ได้สื่อสารออกไป	1	2

III. ความพึงพอใจ

P1.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการ “Perspective” ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

P. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ “Perspective” ตอนที่ 2 : แกร็บเชิญ คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ P2.1 – P2.3

P2.1 รายการ “Perspective” ชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

P2.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ “Perspective” ชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. นำเสนอวิธีการสร้างคอนเทนต์ (เนื้อหา) บนสื่อออนไลน์ อย่างเช่น The Cloud ให้เกิดประโยชน์กับผู้รับชม	1	2
2. สื่อมีอิทธิพล มีพลัง ที่สามารถจะชี้นำสังคมได้ ดังนั้นผู้เสพสื่อควรมีวิธีการเลือกสรรให้รู้เท่าทันสื่อ หรือเลือกเสพสื่ออย่างเท่าทัน	1	2

III. ความพึงพอใจ

P2.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการ “Perspective” ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

P. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

พนักงานสัมภาษณ์ เปิดรายการ “Perspective” ตอนที่ 3 : แกร็บเชิญ คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์ ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชม แล้วถามข้อ P3.1 – P3.3

P3.1 รายการ “Perspective” ชุดนี้ ต้องการบอกอะไรกับผู้ชม?

สิ่งที่ต้องการบอก	
-------------------	--

P3.2 คุณรับรู้และเข้าใจว่ารายการ “Perspective” ชุดนี้ต้องการบอกผู้ชมในเรื่องต่อไปนี้ หรือไม่?

	ใช่	ไม่ใช่
1. ผู้ผลิตสื่อมักใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อการแข่งขันในตลาด จึงอาจทำให้ละเลยในเรื่องของคุณประโยชน์ ที่จะมอบให้กับคุณผู้รับชมได้	1	2
2. ในการเสพสื่อ เราควรรู้อย่างเท่าทันด้วยการใช้ทักษะในเรื่องของการ	1	2

คิดวิเคราะห์ เพื่อช่วยส่งเสริมให้เรามีวิจารณญาณในการตัดสินใจได้ ว่าควรเลือกเชื่ออะไร หรือไม่เลือกเชื่ออะไรได้		
--	--	--

III. ความพึงพอใจ

P3.3 คุณมีความพึงพอใจต่อรายการ “Perspective” ชุดนี้ ในเรื่องต่อไปนี้ ในระดับใด?

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าสนใจของรายการ	5	4	3	2	1
2. เนื้อหารายการเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์	5	4	3	2	1
4. ความชอบต่อรายการ	5	4	3	2	1
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ	5	4	3	2	1

P. ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการ ?

หมายเหตุ : Main Message ที่สอขวด อาจปรับเปลี่ยนได้ ตามรายละเอียดของเนื้อหารายการที่นำเสนอ

ภูมิหลังกลุ่มตัวอย่าง

P1. เพศ ?

ชาย	1
หญิง	2

P2. ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดของคุณ ?

ประถมศึกษา/หรือต่ำกว่า	
------------------------	--

มัธยมต้น	1
มัธยมปลาย/ปวช.	2
อนุปริญญา/ปวส.	3
ปริญญาตรี	4
ปริญญาโทขึ้นไป	5

P3. ปัจจุบันคุณประกอบอาชีพอะไร ?

นักเรียน/นักศึกษา	1
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2
พนักงานบริษัทเอกชน	3
เจ้าของกิจการ/ร้านค้า	4
อาชีพเฉพาะทาง (ครูอาจารย์ พยาบาล ทนายความ)	5
ค้าขายรายย่อย	6
อาชีพอิสระ (Freelance)	7
รับจ้างทั่วไป	8
แม่บ้าน	9
เกษียณอายุ	10
ว่างงาน	11
อื่นๆ ระบุ _____	12

P4. สถานภาพสมรสของคุณ ?

โสด	1	
สมรส	2	จำนวนบุตร _____ คน
หม้าย หย่าร้าง	3	จำนวนบุตร _____ คน

ขอบคุณพร้อมมอบของที่ระลึก

1.9 จัดทำรายงานผลการติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการ

สรุปผลการวิจัย

1. การรับรู้/เคยดูรายการโทรทัศน์เพื่อเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (Awareness)

ผู้บริโภคเคยเห็น/รับชมแต่ละประเภทรายการที่นำเสนอ โดยการแนะ/เปิดรายการให้ชม (Aided Awareness) มีจำนวนไม่เกินร้อยละ 5 โดยรายการเจาะใจ ที่นำเสนอในตอนเช้าช่วยเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ มีผู้ที่เคยเห็น/รับชม ในแต่ละตอน (2-4%) ในสัดส่วนที่สูงกว่ารายการสารคดี ทวี สฤณี รายการ Perspective ที่มีผู้เคยเห็น/รับชม เพียงร้อยละ 1 (จากการแนะ)

ตารางผลการการเคยเห็น/รับชมรายการ โดยการแนะ (Aided Awareness)

รายการ	การเคยเห็น/รับชมรายการ โดยการแนะ (Aided)	
	ไม่เคยเห็น	เคยเห็น
สารคดี		
1. รายการสารคดีชุด พลังของสื่อ	99%	1%
2. รายการสารคดีชุด สื่อ นักบุญหรือซาตาน	99%	1%
3. รายการสารคดีชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	99%	1%
4. รายการสารคดีชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	99%	1%
5. รายการสารคดีชุด คนนำสื่อ	99%	1%
ทีวี สฤณี		
1. ทีวี สฤณี ตอน เนียนโฆษณา	99%	1%
2. ทีวี สฤณี ตอน โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	99%	1%
3. ทีวี สฤณี ตอน ข่าวลวง	99%	1%
4. ทีวี สฤณี ตอน เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์	99%	1%
5. ทีวี สฤณี ตอน เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	100%	-
6. ทีวี สฤณี ตอน สื่อกับการละเมิดสิทธิ	99%	1%
7. ทีวี สฤณี ตอน ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	99%	1%
8. ทีวี สฤณี ตอน การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	99%	1%
9. ทีวี สฤณี ตอน การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	100%	-

ตารางผลการการเคยเห็น/รับชมรายการ โดยการแนะ (Aided Awareness) (ต่อ)

รายการ	การเคยเห็น/รับชมรายการ โดยการแนะ (Aided)	
	ไม่เคยเห็น	เคยเห็น
เจาะใจ		
1. รายการเจาะใจ ตอนรู้เสฟสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ? แขกรับเชิญ หมอแล็บ แพนด้า	96%	4%
2. รายการเจาะใจ ตอนรู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ แขกรับเชิญ สุทธิชัย หยุ่น	97%	3%
3. รายการเจาะใจ ตอนรู้ทัน...ละคร แขกรับเชิญ สันต์ ศรีแก้วหล่อ	98%	2%
4. รายการเจาะใจ ตอนเสฟด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง แขกรับเชิญ จี๊ด ธีมะ กาญจไพริน	97%	3%
Perspective		
1. รายการ Perspective คุณจ้อง พงศ์รินทร์ อุลิศ Cat Radio	99%	1%
2. รายการ Perspective คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน บรรณาธิการสื่อคอนเทนต์ออนไลน์ the cloud	99%	1%
3. รายการ Perspective คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์ ผู้กำกับซีรีส์ชื่อดัง	99%	1%

2. ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่แต่ละประเภทรายการนำเสนอ ในการช่วยเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน ให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ จากการแนะ (Aided) ในประเด็นของเนื้อหารายการที่ต้องการสื่อให้ผู้บริโภคทราบ โดยการรับรู้และเข้าใจใน Main Message ของเนื้อหารายการ แต่ละรายการที่ประเมิน มีสัดส่วนความรู้ความเข้าใจ สูงเกินกว่าร้อยละ 90 ขึ้นไป (90-100%) (แสดงดังตารางสรุปผลตัวชี้วัดความสำเร็จ)

3. ความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการ

จากการประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพรายการโดยรวม พบว่าแต่ละประเภท รายการที่ประเมินมีสัดส่วนความพึงพอใจ สูงเกินกว่าร้อยละ 70 ขึ้นไป (74-87%) โดยประเด็นเนื้อหารายการที่มี ประโยชน์ เป็นประเด็นที่มีผู้พึงพอใจสูงกว่าประเด็นอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภครับรู้ ถึงประโยชน์จากรายการที่รายการต้องการนำเสนอ

ตารางสรุปผลตัวชี้วัดความสำเร็จ

รายการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	
	ความรู้ความเข้าใจ ในการรู้เท่าทันสื่อ (Main Message)	ความพึงพอใจ ต่อคุณภาพรายการ
สารคดี		
1. รายการสารคดีชุด พลังของสื่อ	100%	81%
2. รายการสารคดีชุด สื่อ นักบุญหรือซาตาน	100%	81%
3. รายการสารคดีชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)	96%	79%
4. รายการสารคดีชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)	95%	80%
5. รายการสารคดีชุด คนนำสื่อ	99%	80%
ทีวี สก๊อป		
1. ทีวี สก๊อป ตอน เนียนโฆษณา	100%	83%
2. ทีวี สก๊อป ตอน โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	100%	87%
3. ทีวี สก๊อป ตอน ข่าวลวง	100%	86%
4. ทีวี สก๊อป ตอน เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์	100%	84%
5. ทีวี สก๊อป ตอน เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ	100%	81%
6. ทีวี สก๊อป ตอน สื่อกับการละเมิดสิทธิ	100%	85%
7. ทีวี สก๊อป ตอน ความปลอดภัยในการใช้สื่อ	100%	86%
8. ทีวี สก๊อป ตอน การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน	100%	85%
9. ทีวี สก๊อป ตอน การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ	100%	86%
เจาะใจ		
1. รายการเจาะใจ ตอนรู้เสพสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้า ไร้คุณภาพ? แกร็บเชิญ หมอแล็บ แพนด้า	99%	86%
2. รายการเจาะใจ ตอนรู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ แกร็บเชิญ สุทธิชัย หยุ่น	100%	85%
3. รายการเจาะใจ ตอนรู้ทัน...ละคร แกร็บเชิญ สันต์ ศรีแก้วหล่อ	100%	84%
4. รายการเจาะใจ ตอนเสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่อง ข้ามสื่อชื่อดัง แกร็บเชิญ จั๊ด ธีมะ กาญจไพริน	100%	85%
Perspective		
1. รายการ Perspective คุณจ๋อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ Cat Radio	99%	80%
2. รายการ Perspective คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน บรรณาธิการ สื่อคอนเทนต์ออนไลน์ The cloud	90%	74%
3. รายการ Perspective คุณย้ง ทรงยศ สุขมากอนันต์ ผู้กำกับซีรีส์ชื่อดัง	99%	80%

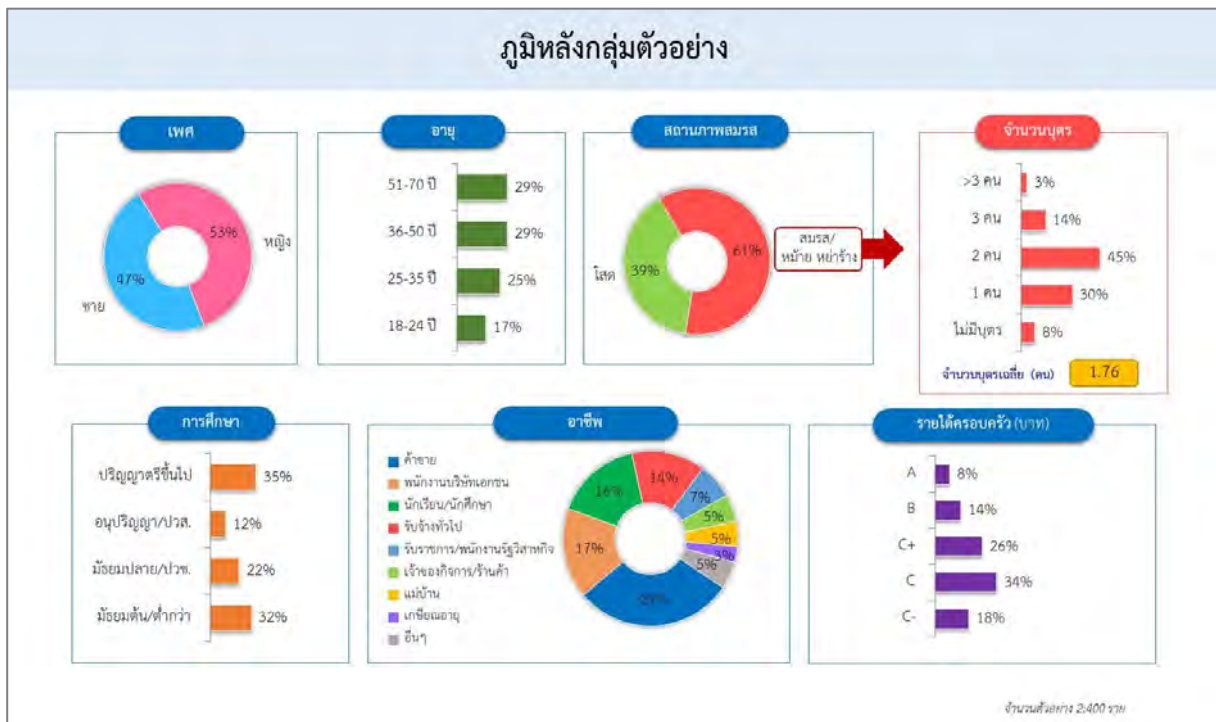
4. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการประเมินผลความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อ และความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการ ผู้บริโภคมีความเข้าใจต่อเนื้อหารายการที่ต้องการสื่อสารเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีความรู้เท่าทันสื่อเป็นอย่างดี โดยเนื้อหารายการที่นำเสนอให้สาระประโยชน์แก่ผู้ชม อย่างไรก็ตาม ในเรื่องของการรับรู้ (Awareness) ที่ผู้บริโภคมีต่อรายการยังรับรู้้อยมาก จึงควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับทราบมากขึ้น นอกจากนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดนำเสนอรายการอื่น ๆ ต่อไป ควรเพิ่มเติมรูปแบบการนำเสนอ/เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น ได้แก่ ทวีต สื่อออนไลน์/โซเชียล มีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายที่สามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัย เนื้อหาที่นำเสนอควรมีความกระชับ/สั้น ใช้เวลาไม่นาน เป็นต้น

ผลการวิจัย

1. ภูมิหลังกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายที่สำรวจมีสัดส่วนเป็นเพศหญิง (53%) มากกว่าเพศชาย (47%) เล็กน้อย กระจายในทุกกลุ่มอายุตามโควตา คือ 18-24 ปี (17%) 25-35 ปี (25%) 36-50 ปี และ 51-70 ปี (29% เท่ากัน) ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว (61%) มากกว่าเป็นโสด (39%) มีหลากหลายระดับการศึกษา ตั้งแต่ระดับมัธยมต้น/ต่ำกว่า (32%) มัธยมปลาย/ปวช. (22%) ปวส. (12%) และปริญญาตรีขึ้นไป (35%) และมีหลากหลายสาขาอาชีพ ซึ่งพบมากที่สุดคือ ค้าขายรายย่อย (29%) พนักงานบริษัทเอกชน (17%) นักเรียน/นักศึกษา (16%) รับจ้างทั่วไป (14%) และส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัว (SES) ระดับ C/C+ (60%)



หมายเหตุ

SES	กรุงเทพและปริมณฑล	ต่างจังหวัดในเขตเทศบาล	ต่างจังหวัดนอกเขตเทศบาล
C-	18,000-24,000 บาท	10,000-15,000 บาท	6,500-10,000 บาท
C	24,001-35,000 บาท	15,001-25,000 บาท	10,001-20,000 บาท
C+	35,001-50,000 บาท	25,001-35,000 บาท	20,001-25,000 บาท
B	50,001-85,000 บาท	35,001-55,000 บาท	25,001-35,000 บาท
A	85,000+ บาท	55,000+ บาท	35,000+ บาท

2. การรับรู้/เคยดูรายการโทรทัศน์เพื่อเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (Awareness)

2.1 การรับรู้/เคยดูรายการ (Spontaneous Awareness)

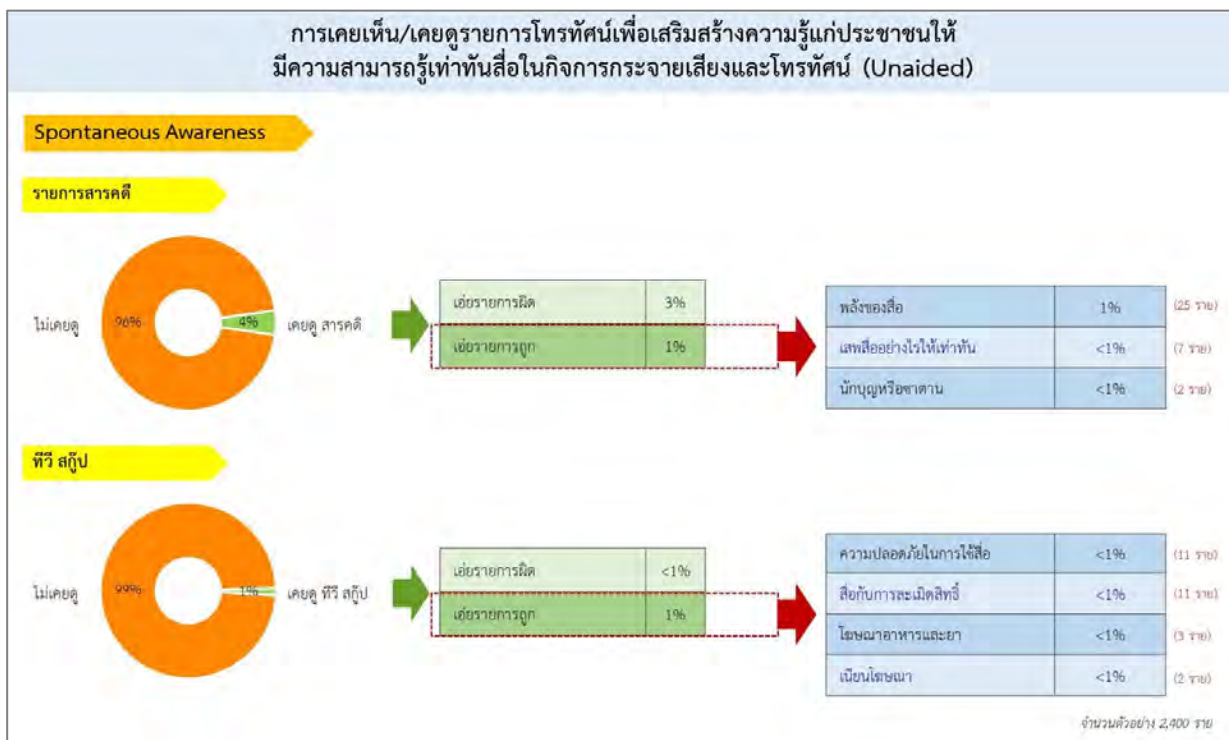
จากการเคยเห็น/เคยดูรายการโทรทัศน์เพื่อเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ใน 3 เดือนที่ผ่านมา โดยให้กลุ่มเป้าหมายเฝ้าสังเกตถึงเอง โดยไม่มีการแนะนำ (Spontaneous Awareness) พบว่า แต่ละประเภทของเนื้อหาการรายการมีสัดส่วนของผู้ที่เคยเห็น/เคยดูจำนวนเพียงเล็กน้อย (1-4%) ดังนี้

▪ รายการสารคดี

กลุ่มเป้าหมายเคยเห็น/เคยดูรายการสารคดี ที่ช่วยเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ มีจำนวนร้อยละ 4 ในขณะที่มีผู้ไม่เคยเห็น/ไม่เคยดู มีจำนวนร้อยละ 96 อย่างไรก็ตาม ในจำนวนผู้ที่เคยเห็น/รับชมมาก่อนนั้น มีเพียงร้อยละ 1 ที่ระบุถึงชื่อรายการได้ถูกต้อง ได้แก่ พลังของสื่อ เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทันนักบุญหรือชาตาน

▪ ทวี สกู๊ป

กลุ่มเป้าหมายเคยเห็น/เคยดู ทวี สกู๊ป ที่ช่วยเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ มีเพียงร้อยละ 1 ขณะที่ผู้บริโภครวมทั้งหมดไม่เคยเห็น/ไม่เคยดูถึงร้อยละ 99 อย่างไรก็ตาม ในจำนวนผู้ที่เคยเห็น/รับชมมาก่อนนั้น เกือบทั้งหมดระบุถึงชื่อรายการได้ถูกต้อง ได้แก่ ความปลอดภัยในการใช้สื่อ สื่อกับการละเมิดสิทธิ์ โฆษณาอาหารและยา เนียนโฆษณา



■ **รายการเจาะใจ**

กลุ่มเป้าหมายเคยเห็น/เคยดูรายการเจาะใจ ที่นำเสนอในตอนที่จะช่วยเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ มีเพียงร้อยละ 2 ในขณะที่มีผู้ไม่เคยเห็น/ไม่เคยดูถึงร้อยละ 98 อย่างไรก็ตาม ในจำนวนผู้ที่เคยเห็น/รับชมมาก่อนนั้น มีไม่ถึงร้อยละ 1 ที่ระบุถึงตอนที่นำเสนอได้ถูกต้อง ได้แก่ ตอนแขกรับเชิญ สุทธิชัย หยุ่น รู้ทันข่าวเท่าทันสื่อ ตอนแขกรับเชิญ จั๊ด ธิมะ แขกรับเชิญ หมอแล็บ แพนด้า

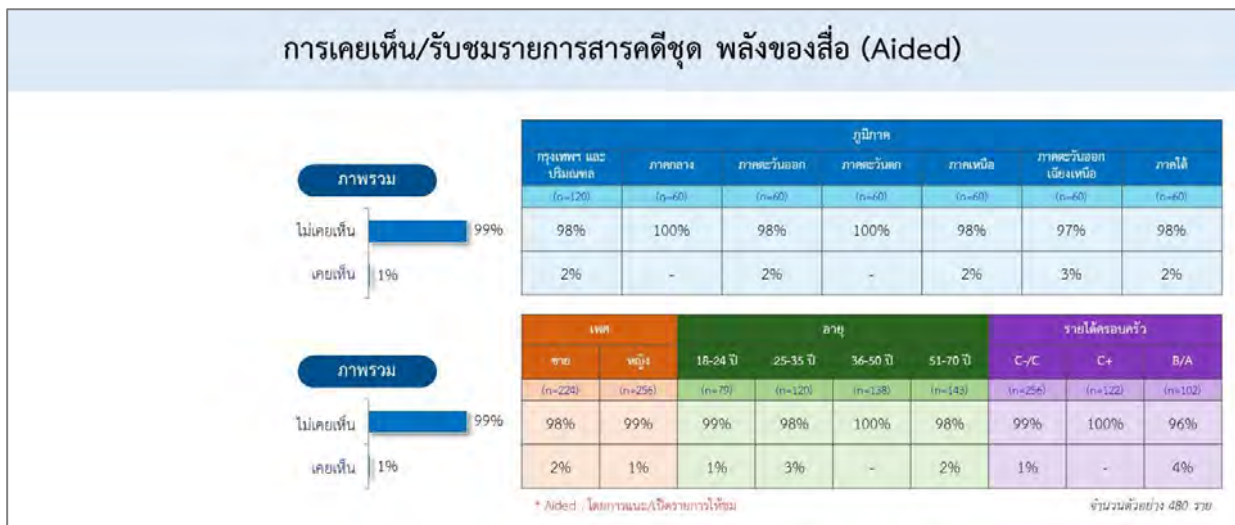
■ **รายการ Perspective**

กลุ่มเป้าหมายเคยเห็น/เคยดูรายการ Perspective ที่นำเสนอในตอนที่จะช่วยเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ มีเพียงเล็กน้อยไม่ถึงร้อยละ 1 ซึ่งในจำนวนนี้ มีเพียง 1-2 รายที่ระบุถึงตอนที่นำเสนอได้ถูกต้อง ได้แก่ ตอนแขกรับเชิญคุณก้อง ทรงกลด แขกรับเชิญ คุณย้ง ทรงยศ

2.2.1 รายการสารคดีชุด ‘รู้ทันสื่อ คือ ทางออก’

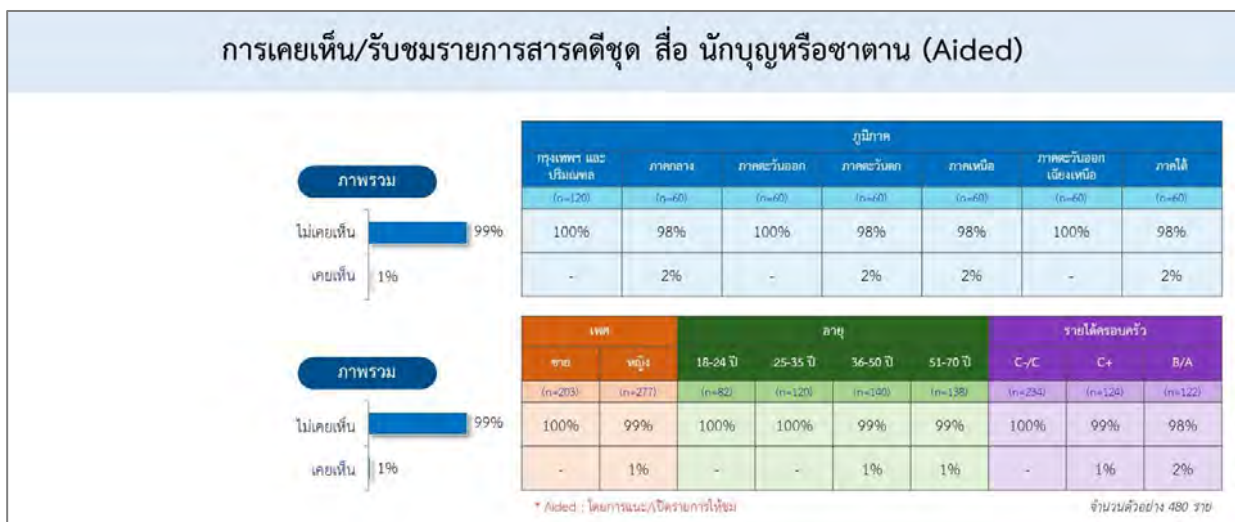
ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการสารคดี ชุด พลังของสื่อ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



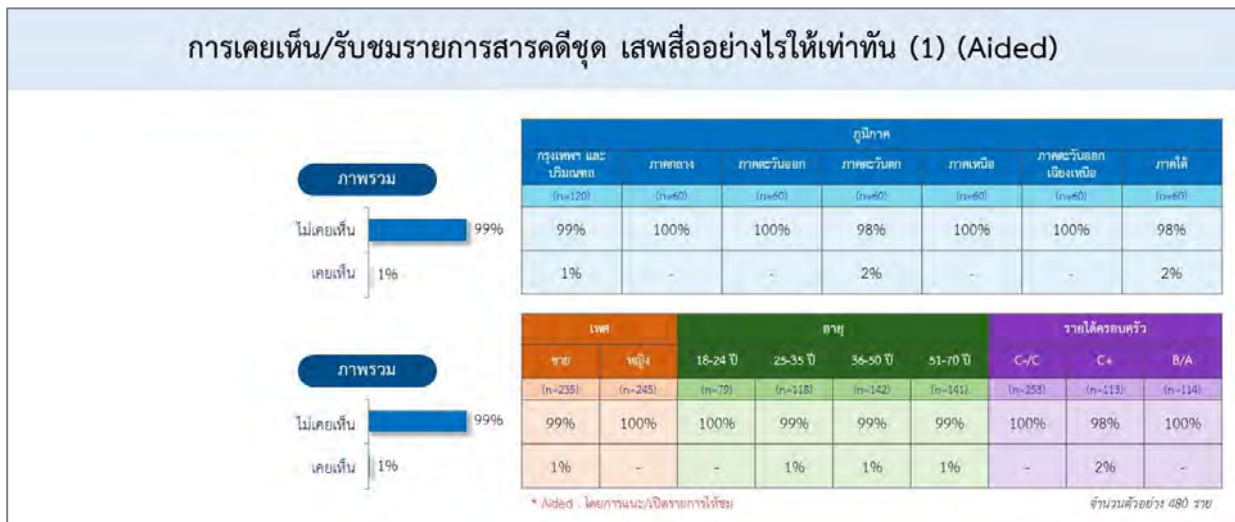
ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือฆาตกร

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการสารคดี ชุด สื่อ นักบุญหรือฆาตกร (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



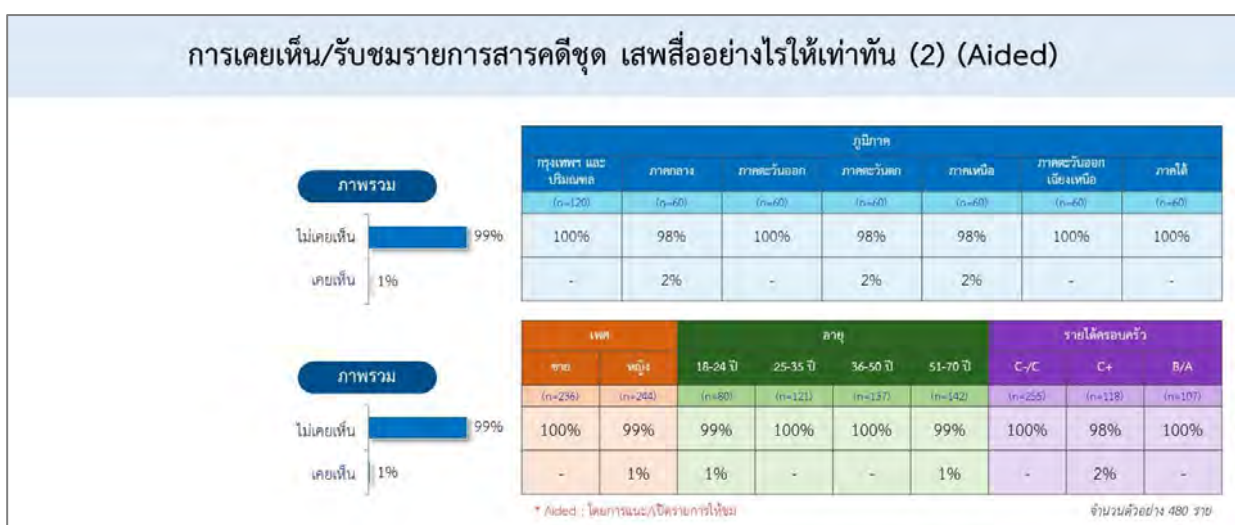
ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่ากัน (1)

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการสารคดี ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่ากัน (1) (โดยการ Aided) พบว่า ผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



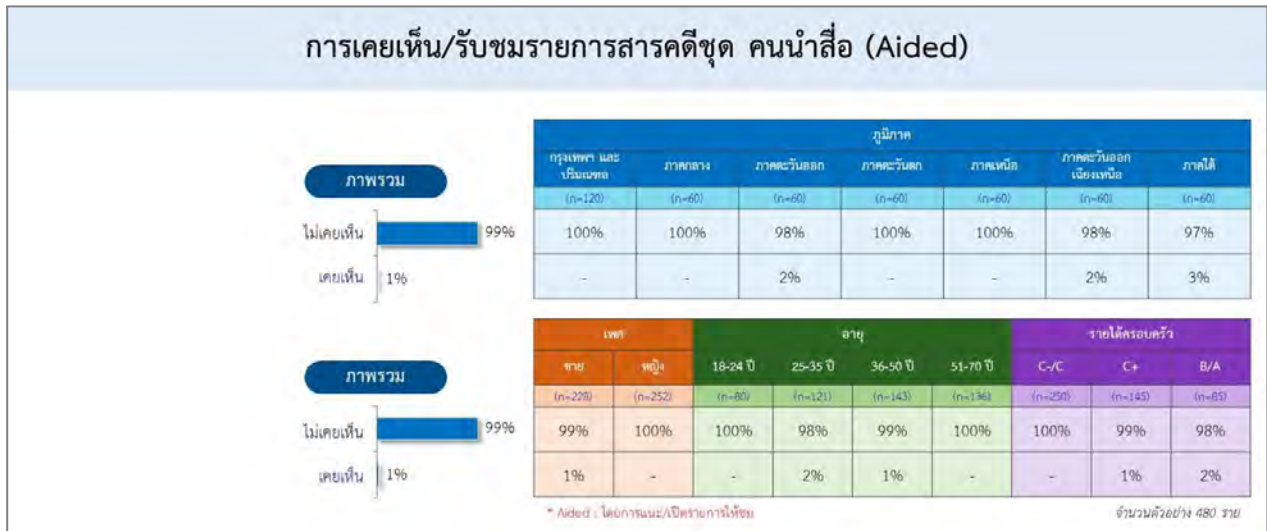
ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่ากัน (2)

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการสารคดี ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่ากัน (2) (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



ตอนที่ 5 คนนำสื่อ

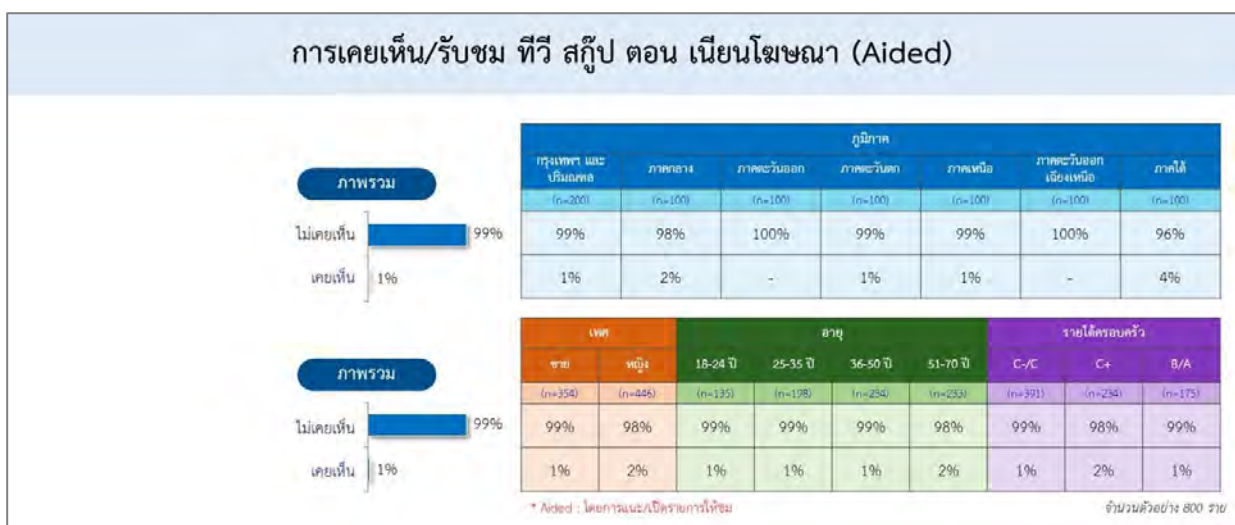
เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการสารคดี ชุด คนนำสื่อ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภครีบตอบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



2.2.2 ทีวี สกู๊ป (TV Scoop) ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

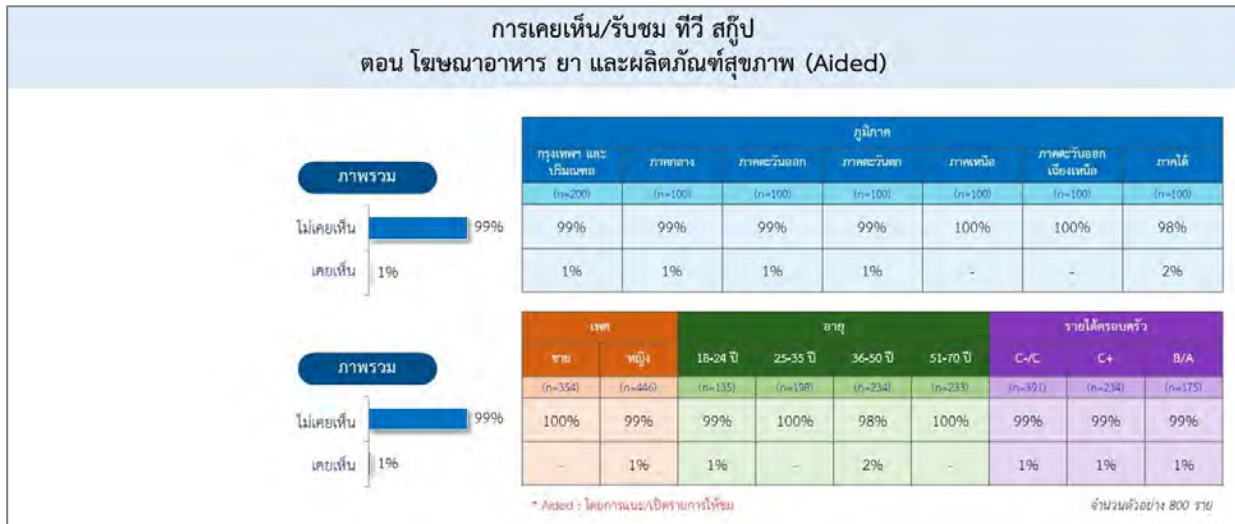
ตอน 1 เนียนโฆษณา

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สกู๊ป ตอน เนียนโฆษณา (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภครีบตอบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



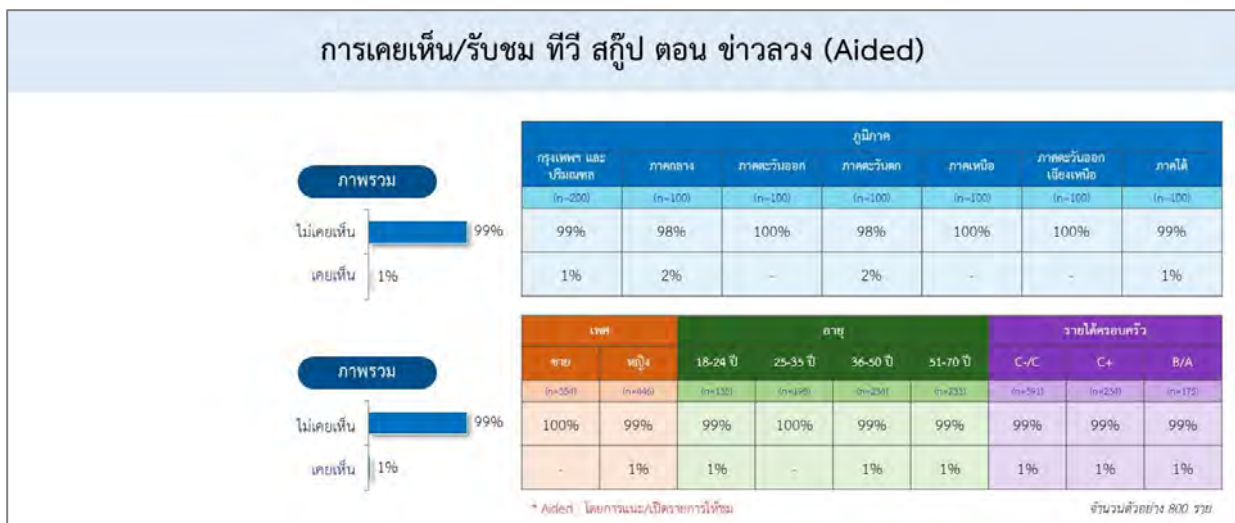
ตอน 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สกู๊ป ตอน โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



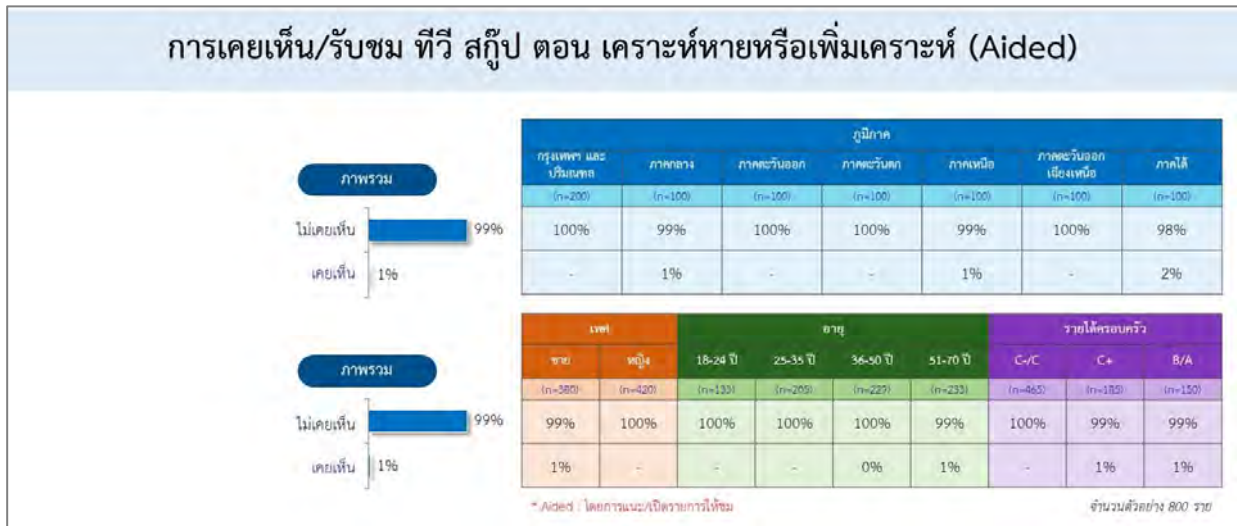
ตอน 3 ข่าวลวง

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สกู๊ป ตอน ข่าวลวง (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



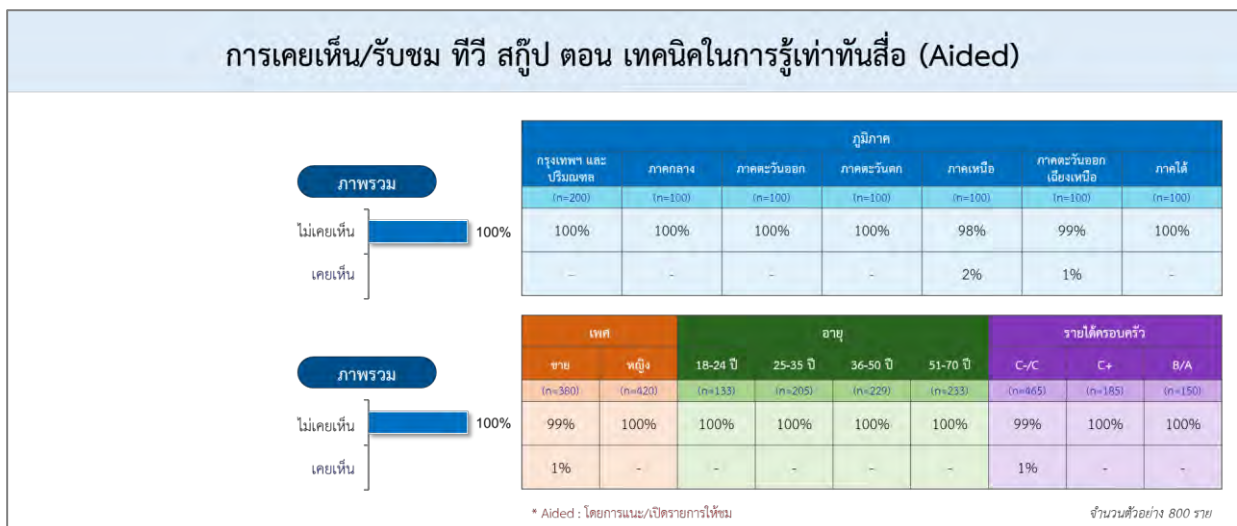
ตอน 4 เคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สฎีป ตอน เคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์ (โดยการ Aided) พบว่า ผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



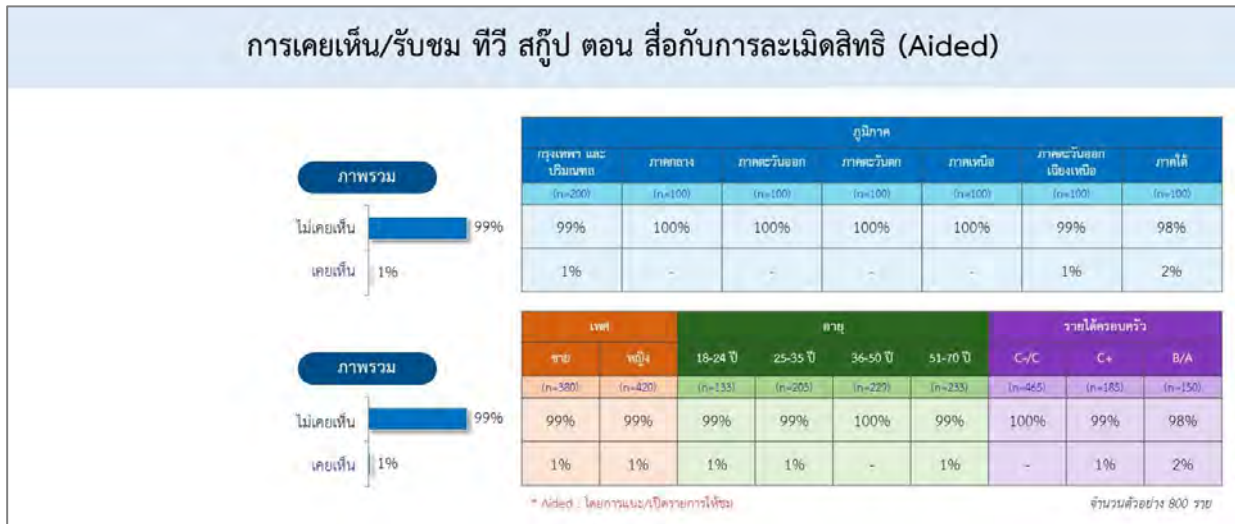
ตอน 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สฎีป ตอน เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน



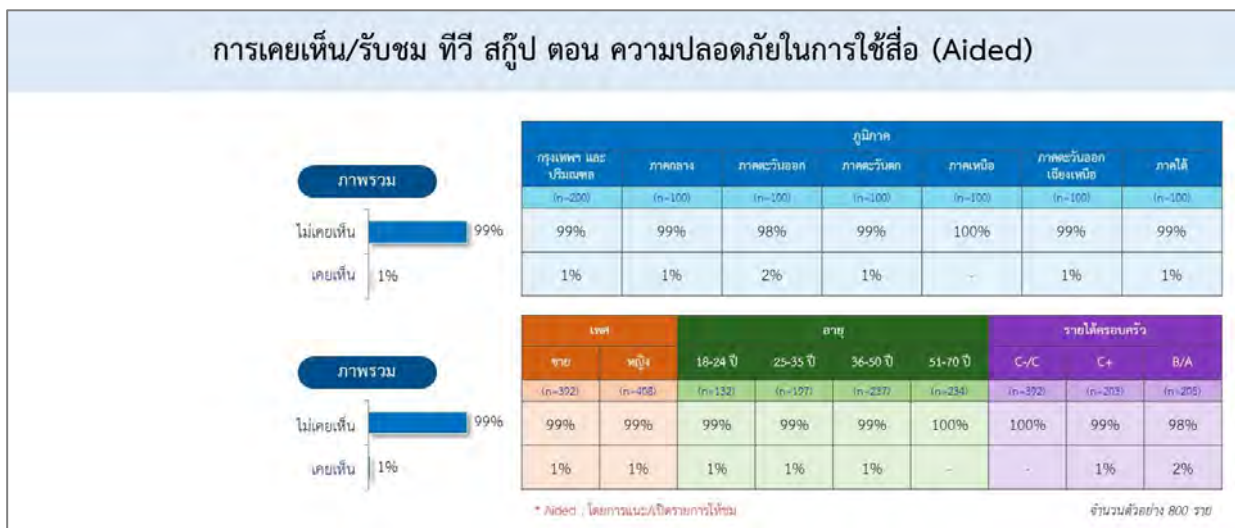
ตอน 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สกู๊ป ตอน สื่อกับการละเมิดสิทธิ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภครีบตอบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



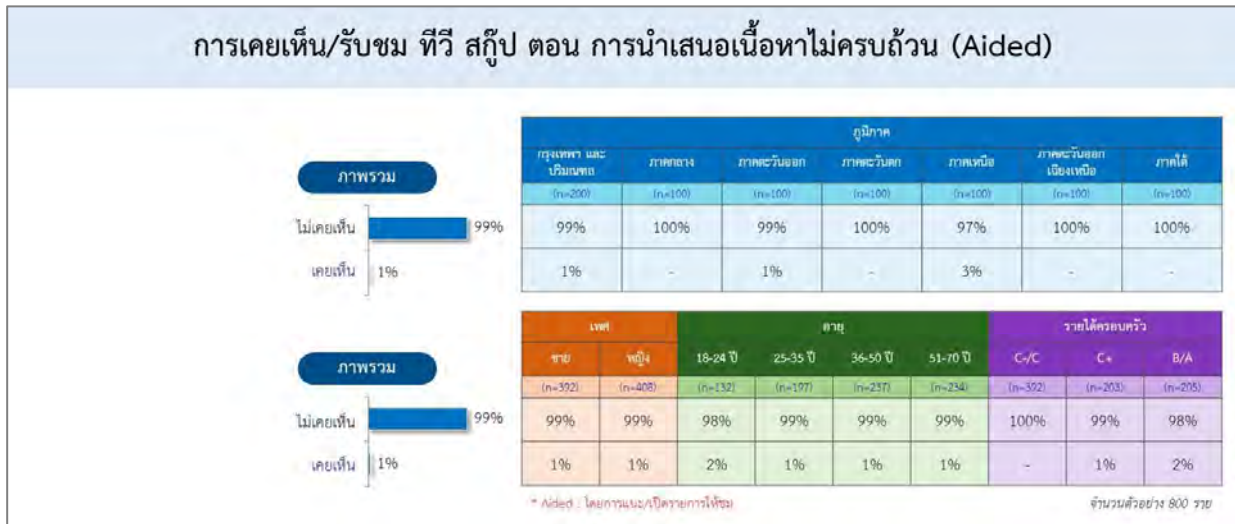
ตอน 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สกู๊ป ตอน ความปลอดภัยในการใช้สื่อ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภครีบตอบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



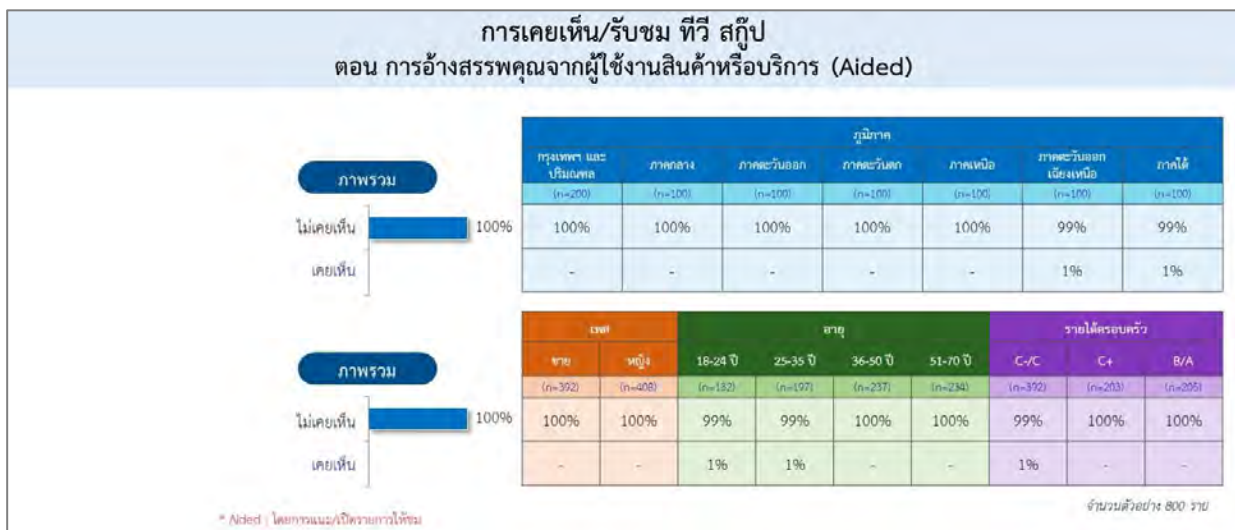
ตอน 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สกู๊ป ตอน การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน (โดยการ Aided) พบว่า ผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



ตอน 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการทีวี สกู๊ป ตอน การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน

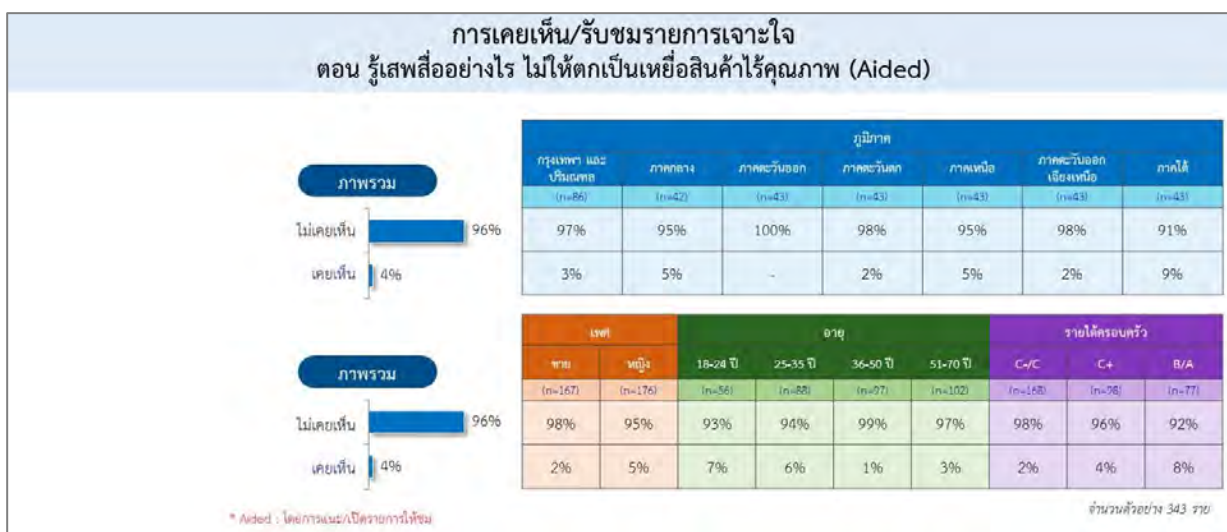


2.2.3 การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ”

ตอนที่ 1 รู้เสฟสื่อโฆษณาอย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ?

แขกรับเชิญ หมอเล็บ แพนด้า – ทนพ. ภาคภูมิ เดชหัสติน

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการเจาะใจ ตอน รู้เสฟสื่อโฆษณาอย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (96%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ขณะเดียวกัน ผู้ที่เคยรับชมรายการ มีจำนวนเพียงเล็กน้อย (4%)



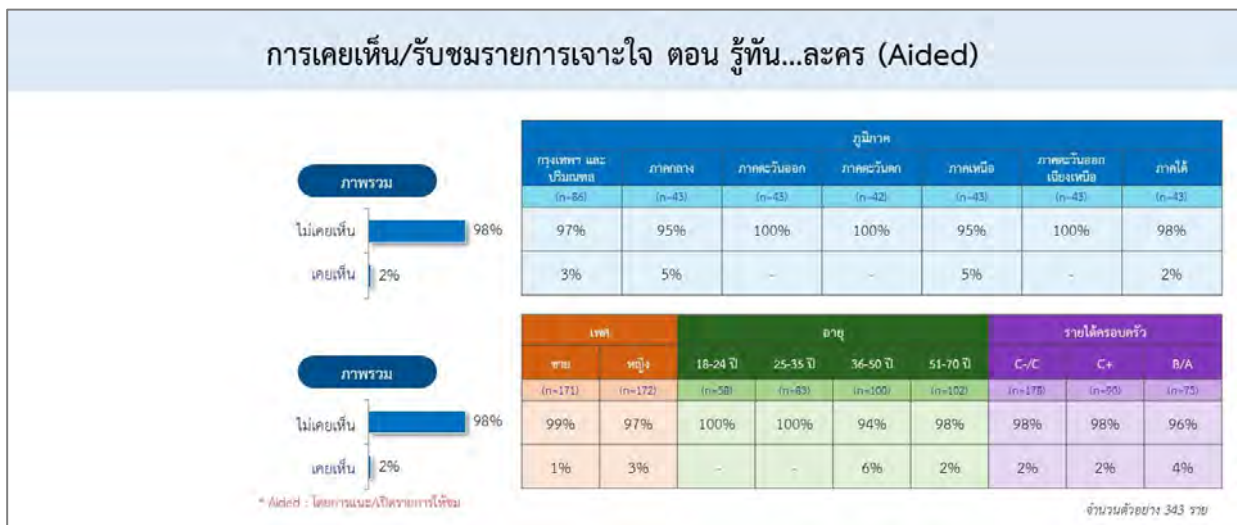
ตอนที่ 2 รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ “แขกรับเชิญ สุทธิชัย หยุ่น”

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการเจาะใจ ตอน รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (97%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ขณะเดียวกัน ผู้ที่เคยรับชมรายการ มีจำนวนเพียงเล็กน้อย (3%)



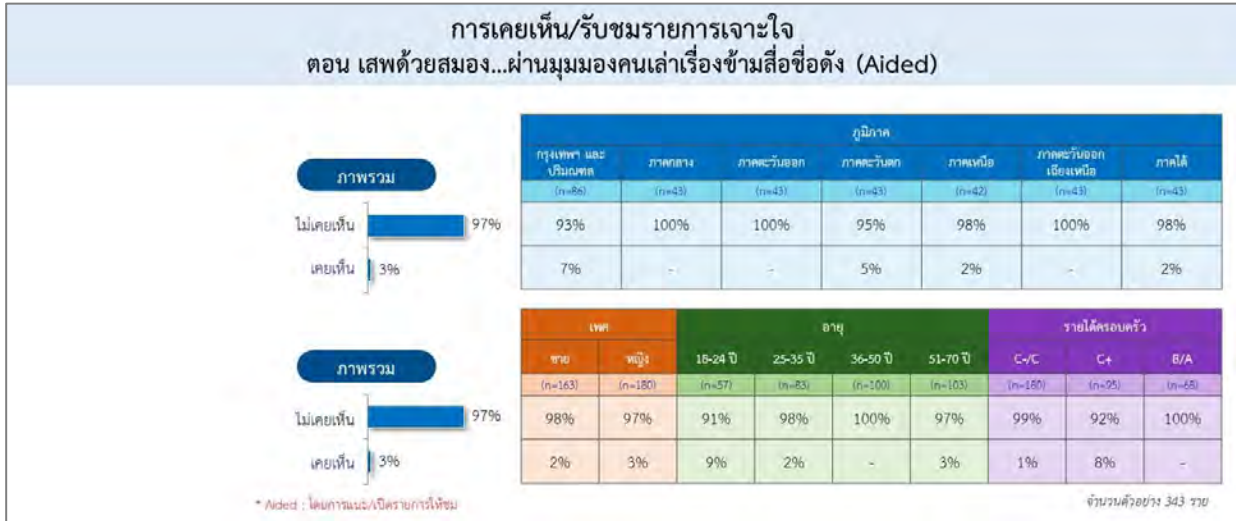
ตอนที่ 3 รู้ทัน...ละคร “แบกรับเชิญ ลันต์ ศรีแก้วหล่อ”

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการเจาะใจ ตอน รู้ทัน...ละคร (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (98%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 2 ที่เคยรับชมรายการ



ตอนที่ 4 เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง แบกรับเชิญ จิต ธิมะ กาญจไพริน

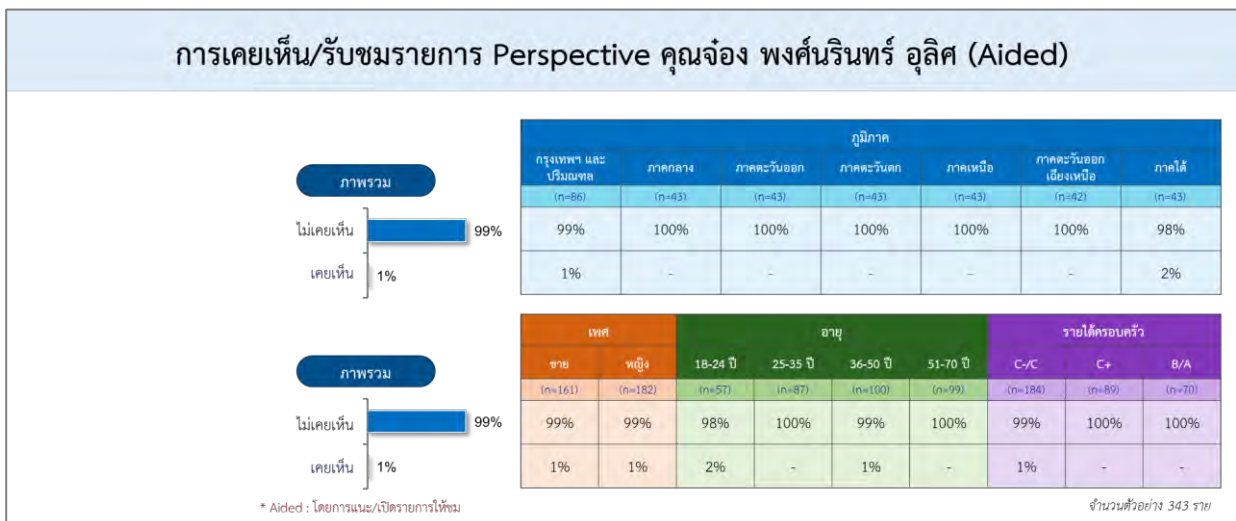
เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการเจาะใจ ตอน เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคเกือบทุกราย (97%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ขณะเดียวกันผู้ที่เคยรับชมรายการ มีเพียงเล็กน้อย (3%)



2.2.4 การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective”

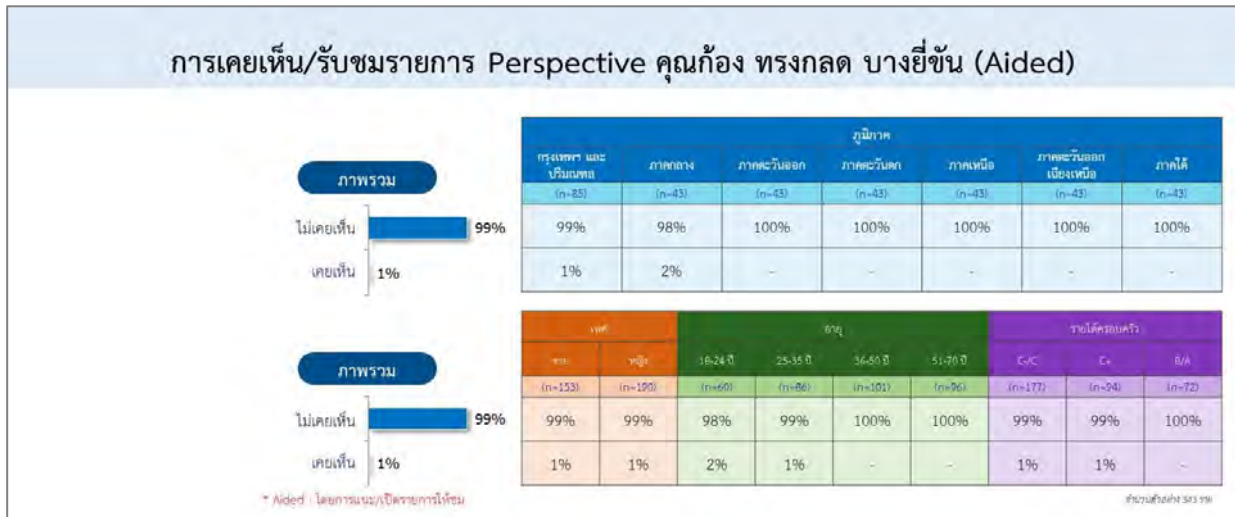
ตอนที่ 1 แขกรับเชิญ คุณจ้อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการ Perspective ตอน แขกรับเชิญ คุณจ้อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภคร้อยละ 99% ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



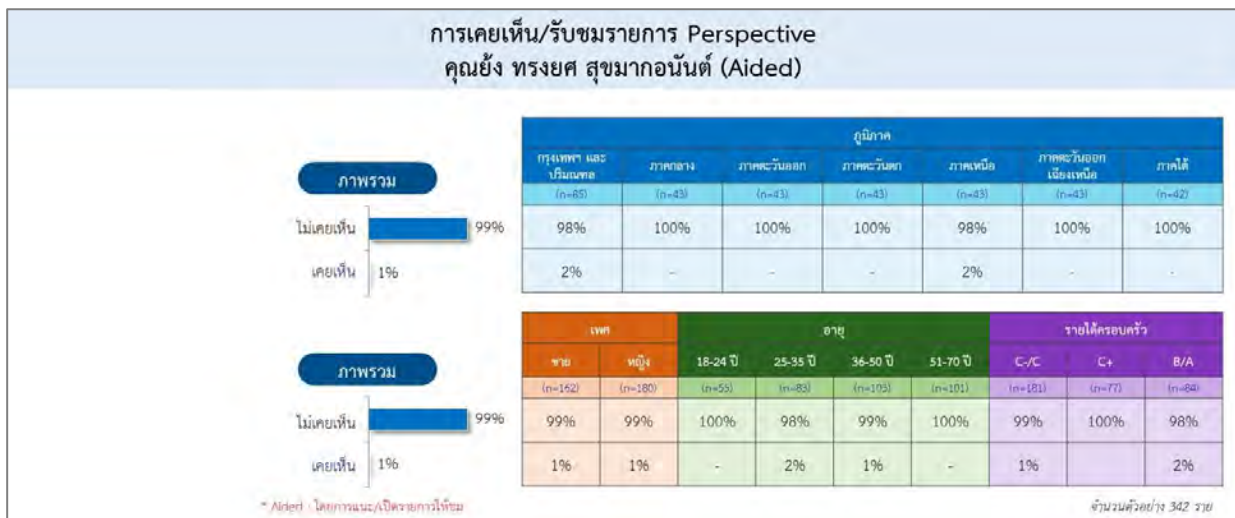
ตอนที่ 2 แกร็บเชิงดู คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการ Perspective ตอน แกร็บเชิงดู คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภครีบชมรายการ (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



ตอนที่ 3 แกร็บเชิงดู คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์

เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมรายการ Perspective ตอน แกร็บเชิงดู คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์ (โดยการ Aided) พบว่าผู้บริโภครีบชมรายการ (99%) ไม่เคยเห็นรายการดังกล่าวมาก่อน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1 ที่เคยรับชมรายการ



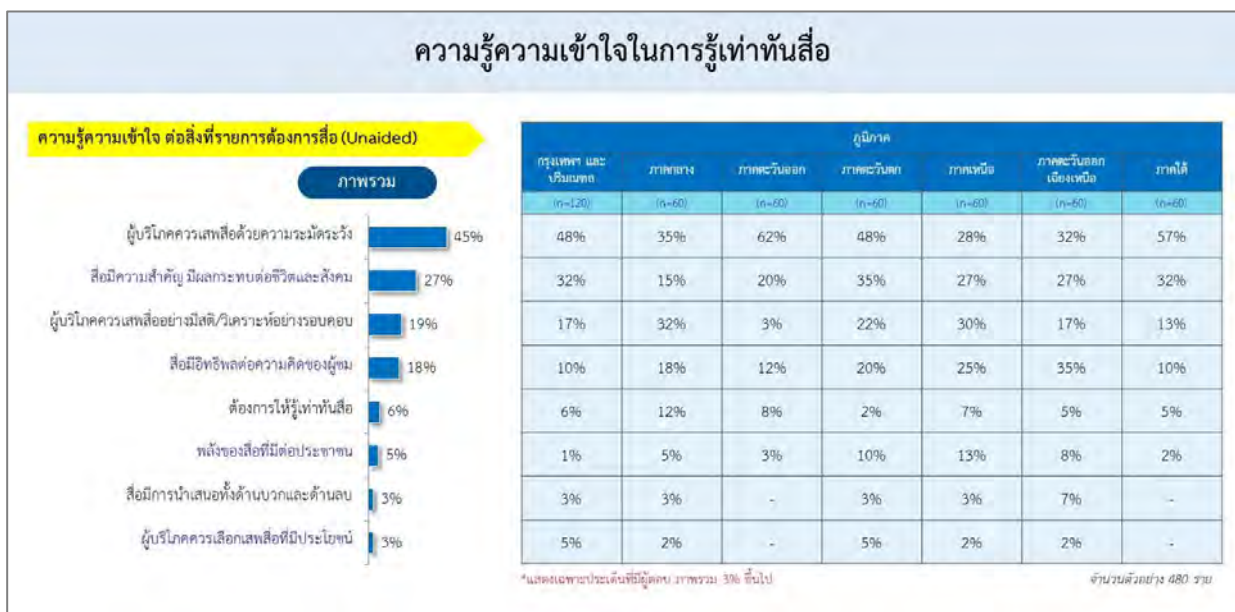
สรุปผล : ผู้บริโภคเคยเห็น/รับชมแต่ละประเภทรายการที่นำเสนอ โดยการแนะ/เปิดรายการให้ชม (Aided Awareness) มีจำนวนไม่เกินร้อยละ 5 โดยรายการเจาะใจ ที่นำเสนอในตอนเช้าช่วยเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ มีผู้ที่เคยเห็น/รับชม ในแต่ละตอน (2-4%) ในสัดส่วนที่สูงกว่ารายการสารคดี ทีวี สก๊อป รายการ Perspective ที่มีผู้เคยเห็น/รับชม เพียงร้อยละ 1 (จากการแนะ)

3. ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

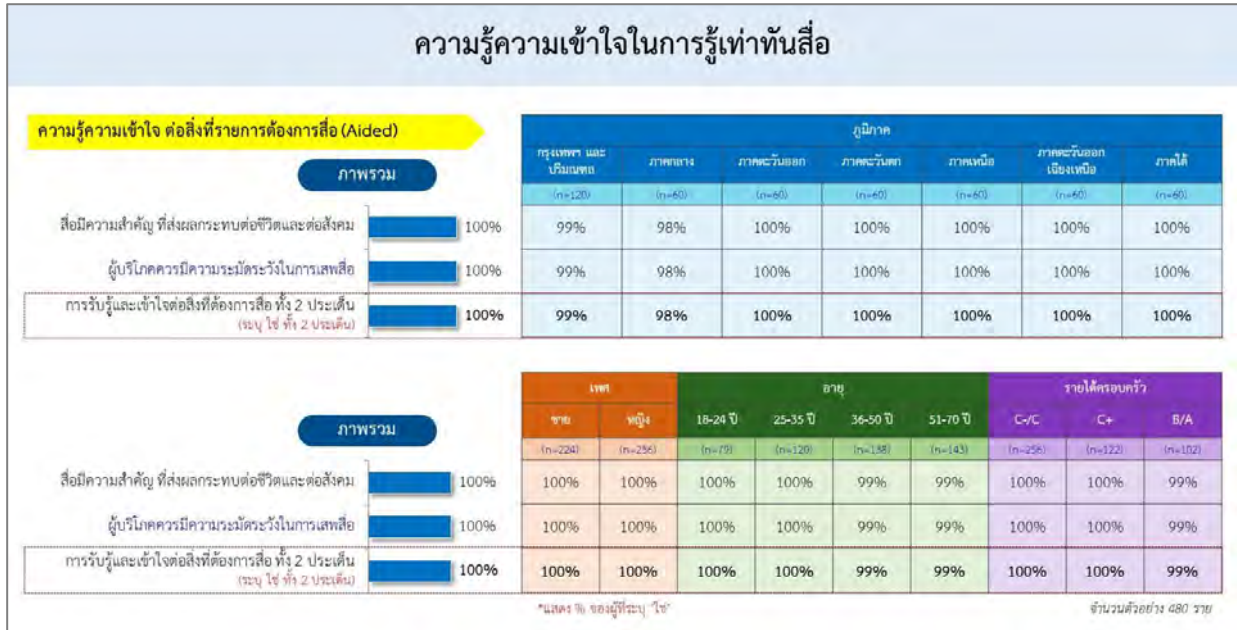
3.1 รายการสารคดีชุด ‘รู้ทันสื่อ คือ ทางออก’

ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เฝ้าถึงเอง** ของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการบอกให้ผู้บริโภคเสพสื่อด้วยความระมัดระวัง (45%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่า สื่อมีความสำคัญ มีผลกระทบต่อชีวิตและสังคม (27%) ผู้ชมควรเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (19%) สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดของคน (18%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10

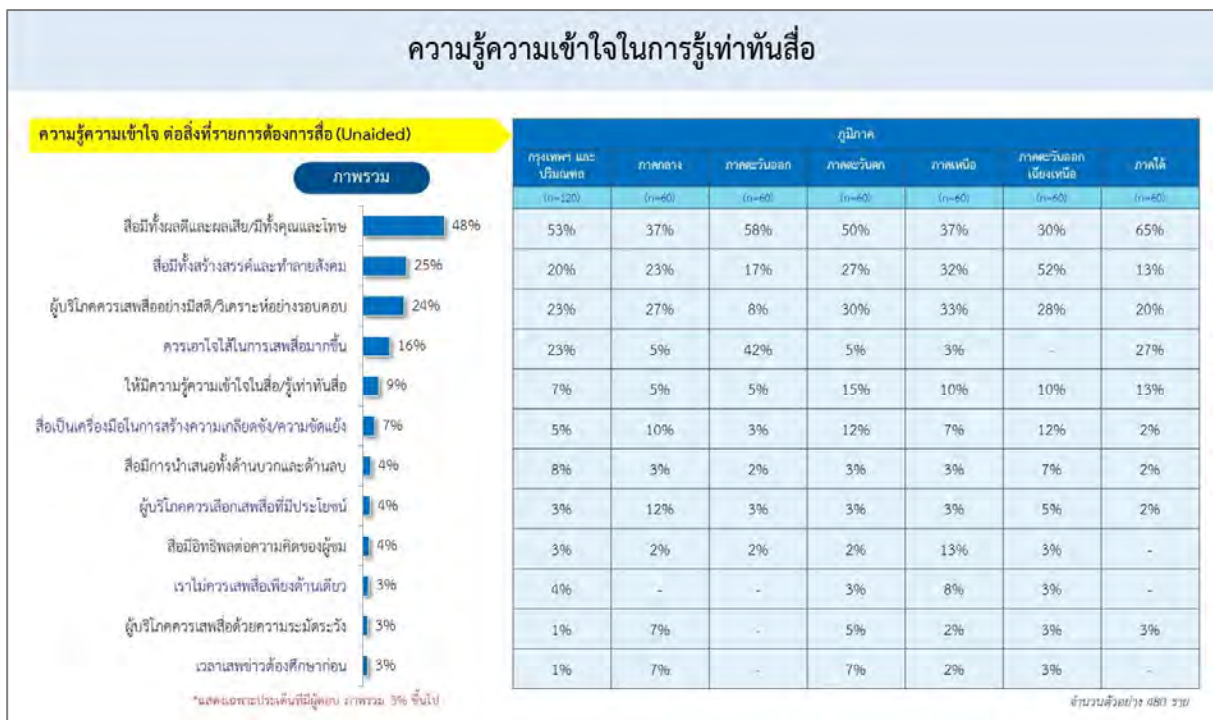


เมื่อสอบถามผู้บริโภถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ 1) สื่อมีความสำคัญ ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตตัวเราและต่อสังคม 2) ผู้บริโภคควรมีความระมัดระวังในการเสพสื่อ จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด

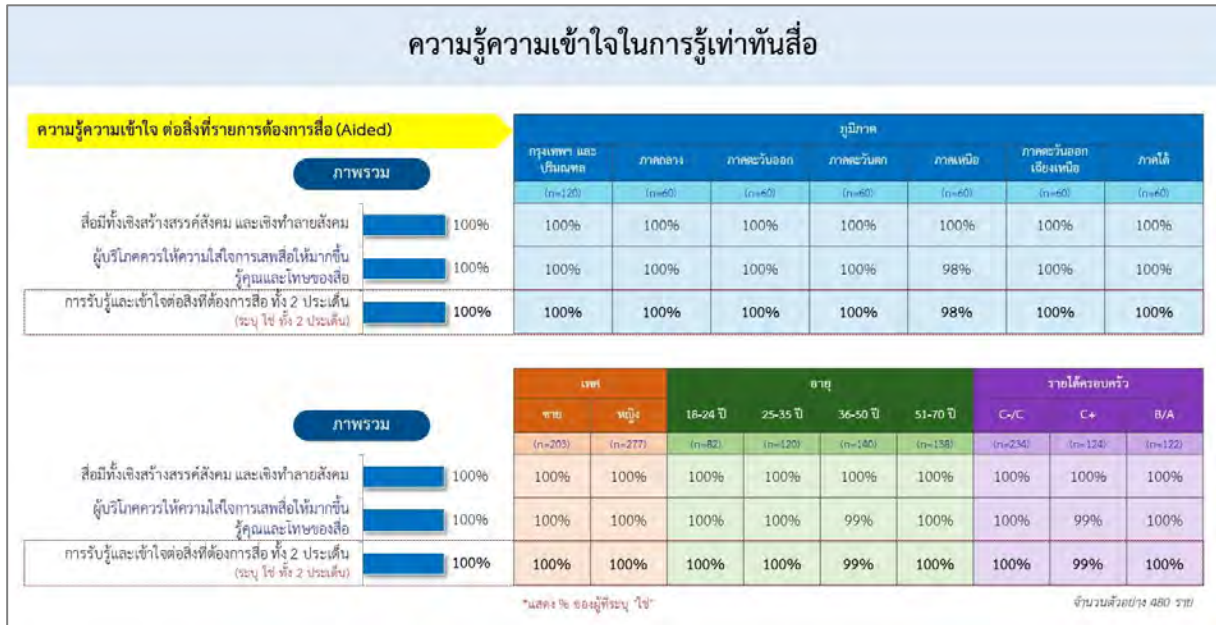


ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือซาตาน

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอ่ยถึงเอง** ของผู้บริโภคร (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการบอกว่า สื่อมีทั้งผลดีและผลเสีย/มีทั้งคุณและโทษ (48%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าสื่อมีทั้งสร้างสรรค์และทำลายสังคม (25%) ให้เสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (24%) ควรเอาใจใส่ในการเสพสื่อให้มากขึ้น (16%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10

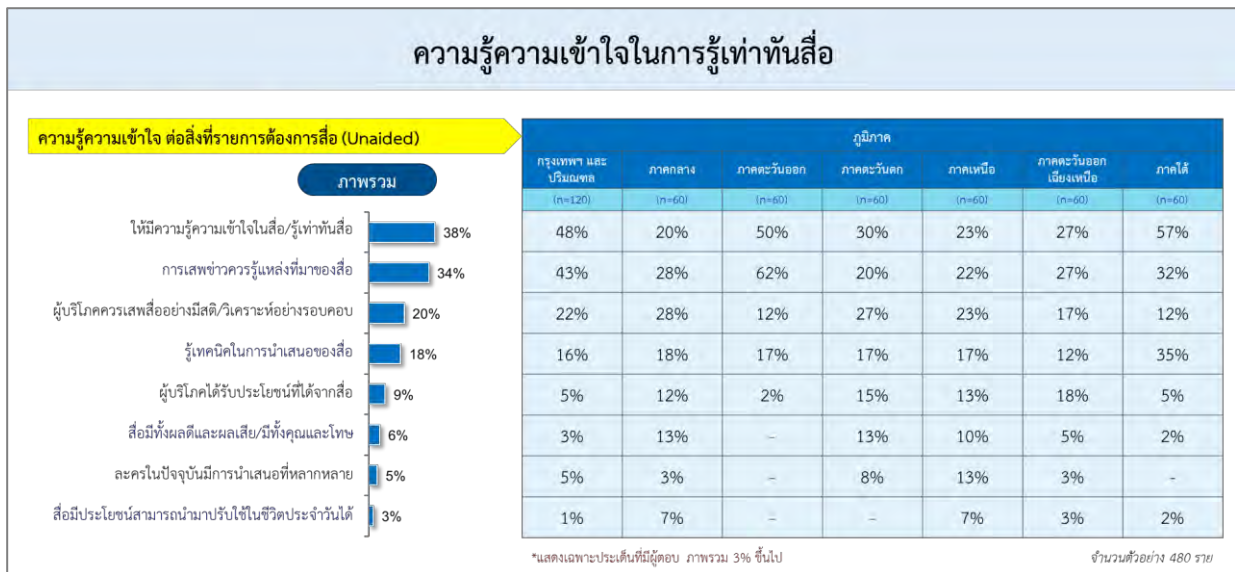


เมื่อสอบถามผู้บริโภครู้ถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ 1) สื่อมีทั้งเชิงสร้างสรรค์สังคม และเชิงทำลายสังคม 2) ผู้บริโภคควรให้ความสนใจการเสปสื่อให้มากขึ้น รู้คุณและโทษของสื่อ จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด



ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)

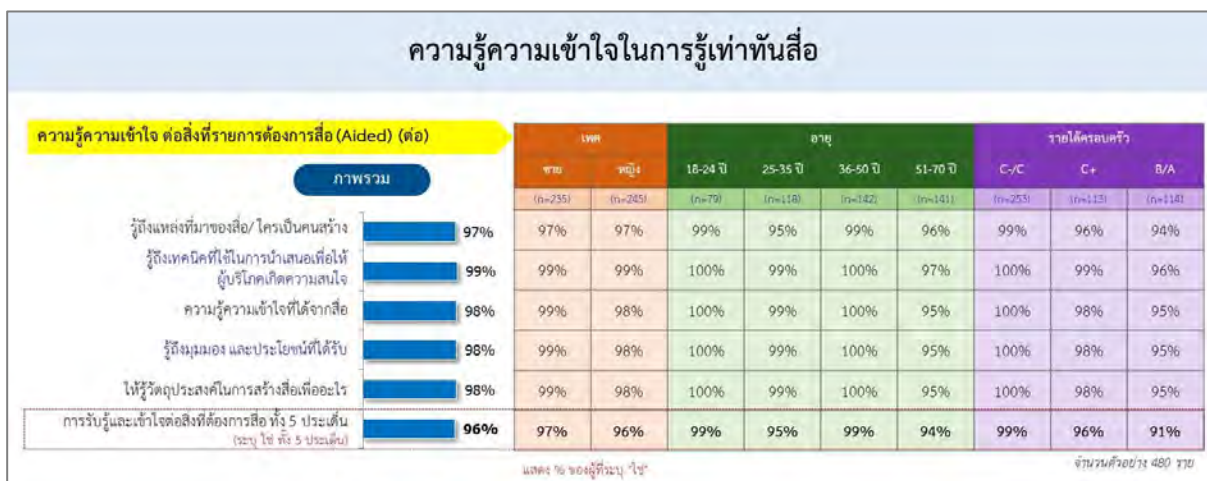
การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เฝ้าถึงเอง** ของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (38%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าการเสพข่าวควรรู้แหล่งที่มาของสื่อ (34%) ให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (20%) ให้รู้เทคนิคในการนำเสนอของสื่อ (18%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 5 ประเด็น คือ

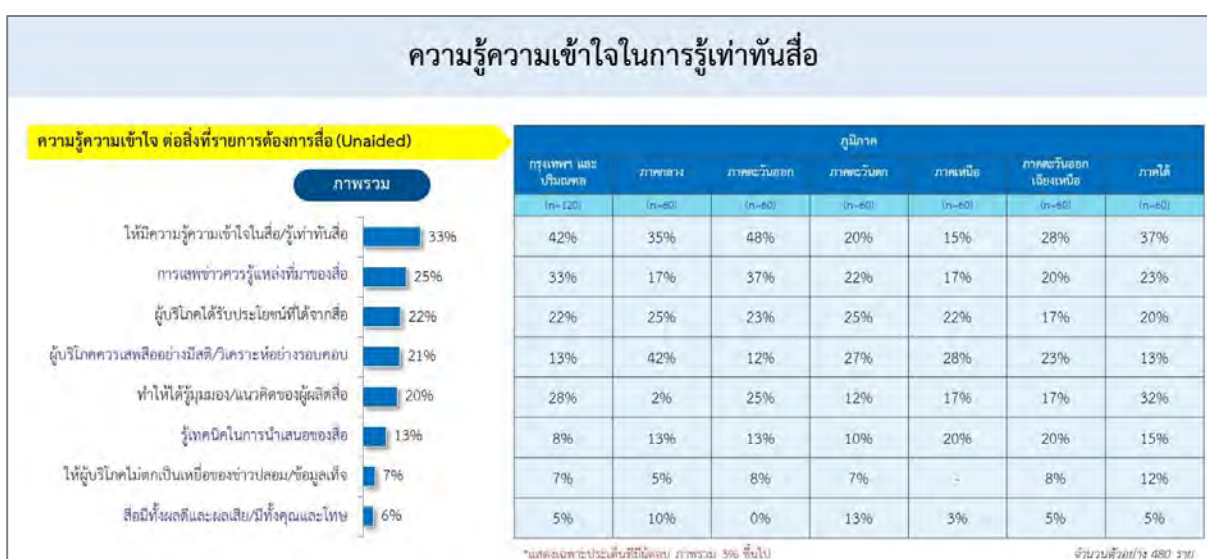
- 1) รู้ถึงแหล่งที่มาของสื่อ/ ใครเป็นคนสร้างสื่อ
- 2) รู้ถึงเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ
- 3) ความรู้ความเข้าใจที่ได้จากสื่อ
- 4) รู้ถึงมุมมอง และประโยชน์ที่ได้รับ
- 5) รู้วัตถุประสงค์ในการสร้างสื่อเพื่ออะไร

จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภค 97-99% รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบในแต่ละประเด็นที่วัด โดยสัดส่วนของผู้ที่รับรู้และเข้าใจ ในทั้ง 5 ประเด็นที่วัด เท่ากับ 96%



ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอยถึงเอง** ของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (33%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าการเสพข่าวควรรู้แหล่งที่มาของสื่อ (25%) ให้ได้รับประโยชน์ที่ได้จากสื่อ (22%) ให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (21%) ได้รู้มุมมอง/แนวคิดของผู้ผลิตสื่อ (20%) รู้เทคนิคในการนำเสนอของสื่อ (13%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภครู้ถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 5 ประเด็น คือ

- 1) รู้ถึงแหล่งที่มาของสื่อ/ ใครเป็นคนสร้างสื่อ
- 2) รู้ถึงเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ
- 3) ความรู้ความเข้าใจที่ได้จากสื่อ
- 4) รู้ถึงมุมมอง และประโยชน์ที่ได้รับ
- 5) รู้วัตถุประสงค์ในการสร้างสื่อเพื่ออะไร

จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภค 96-98% รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการนี้ต้องการสื่อให้ทราบในแต่ละประเด็นที่วัด โดยสัดส่วนของผู้ที่รับรู้และเข้าใจ ในทั้ง 5 ประเด็นที่วัด เท่ากับ 95%



ตอนที่ 5 คนนำสื่อ

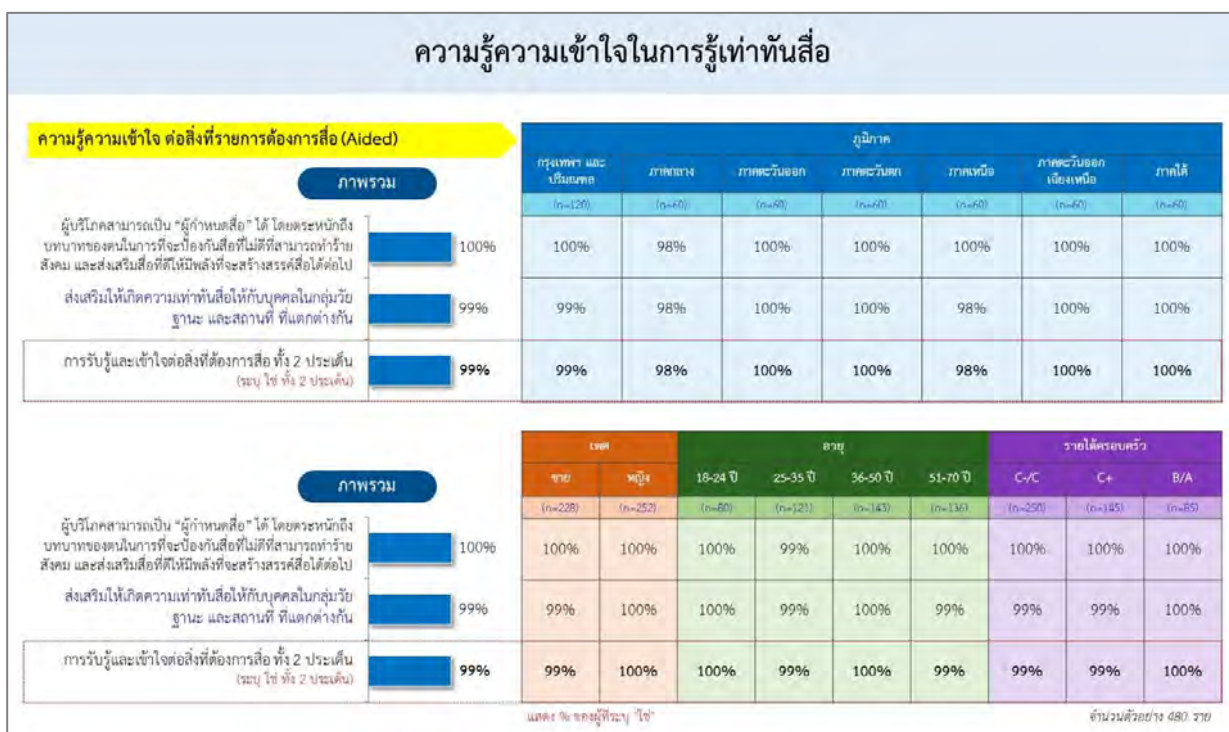
การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอ่ยถึงเอง** ของผู้บริโภคร (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภครมีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (24%) มากที่สุด รองลงมาต้องการให้ผู้บริโภครเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (23%) ผู้บริโภครสามารถที่จะเป็นผู้นำสื่อเองได้ (19%) การช่วยกันหยุดกระจายสื่อที่ไม่สมควร (14%) การส่งเสริมให้ทุกเพศทุกวัยเข้าถึงสื่อ (11%) ควรสนับสนุน/แชร์เรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม (10%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภครู้ถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ

- 1) ผู้บริโภคสามารถเป็น “ผู้กำหนดสื่อ” ได้ โดยตระหนักถึงบทบาทของตนในการที่จะป้องกันสื่อที่ไม่ดีที่สามารถทำร้ายสังคม และส่งเสริมสื่อที่ดีให้มีพลังที่จะสร้างสรรค์สื่อได้ต่อไป
- 2) ส่งเสริมให้เกิดความเท่าทันสื่อให้กับบุคคลในกลุ่มวัย ฐานะ และสถานที่ ที่แตกต่างกัน

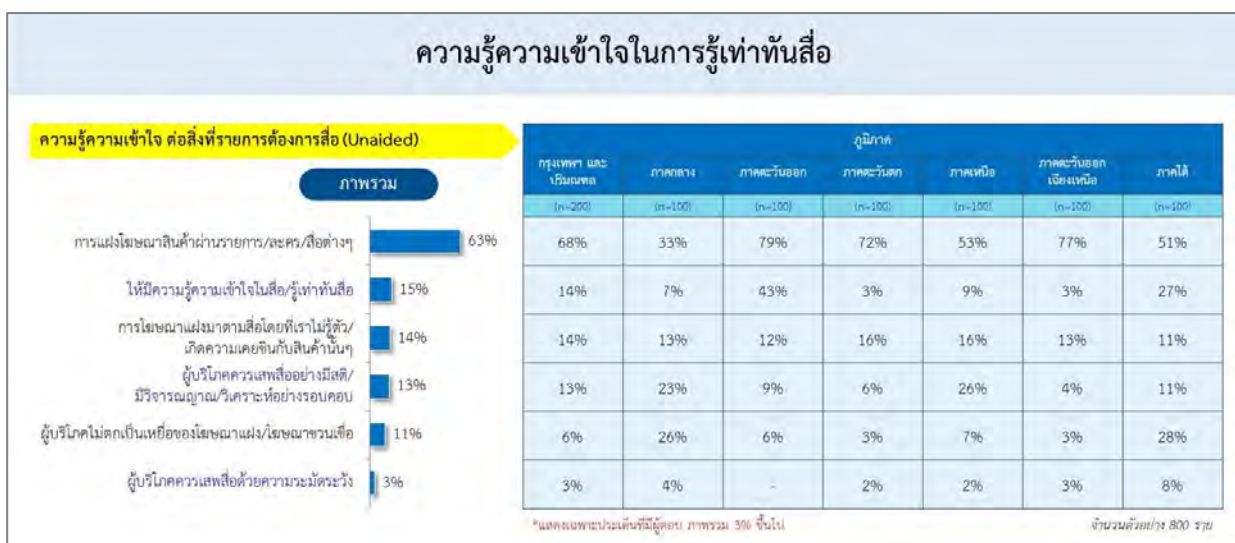
จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (99-100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบในแต่ละประเด็นที่วัด โดยสัดส่วนของผู้ที่รับรู้และเข้าใจ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัดเท่ากับ 99%



3.2 ทวีวี สกู๊ป (TV Scoop) ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

ตอน 1 เนียนโฆษณา

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอยถึงเอง** ของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการบอกถึงการแฝงโฆษณาสินค้าผ่านรายการ/ละคร/สื่อต่าง ๆ (63%) มากที่สุด รองลงมาต้องการให้มีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (15%) การโฆษณาแฝงมาตามสื่อโดยที่เราไม่รู้ตัว/เกิดความเคยชินกับสินค้านั้น ๆ (14%) ให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์ห้อย่างรอบคอบ (13%) การไม่ตกเป็นเหยื่อของโฆษณาแฝง/โฆษณาชวนเชื่อ (11%)



เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ *นำเสนอการโฆษณา สอดแทรกสินค้าแฝงไปกับรายการ เช่น การวางสินค้าประกอบฉาก การบอกเล่าประสบการณ์การใช้สินค้า เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาโดยไม่รู้ตัว*

ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบจากประเด็นที่วัดในข้างต้น

ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจ ต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อ (Aided)

ภาพรวม

นำเสนอการโฆษณาสดแทรกสินค้าแม่ไปกับรายการ เช่น การวางสินค้าประกอบฉาก การบอกเล่าประสบการณ์ การใช้สินค้า เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคเป็นเหยื่อของการโฆษณาโดยไม่รู้ตัว

100%

กรุงเทพมหานคร (n=200)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=100)	ภาคตะวันออก (n=100)	ภาคตะวันตก (n=100)	ภาคเหนือ (n=100)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=100)	ภาคใต้ (n=100)
100%	100%	100%	100%	100%	99%	100%

ภาพรวม

นำเสนอการโฆษณาสดแทรกสินค้าแม่ไปกับรายการ เช่น การวางสินค้าประกอบฉาก การบอกเล่าประสบการณ์ การใช้สินค้า เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคเป็นเหยื่อของการโฆษณาโดยไม่รู้ตัว

100%

เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย (n=354)	หญิง (n=446)	18-24 ปี (n=135)	25-35 ปี (n=198)	36-50 ปี (n=234)	51-70 ปี (n=233)	C-/C (n=291)	C+ (n=234)	B/A (n=173)
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

แสดง % ของผู้ที่ระบุ "ใช่"

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

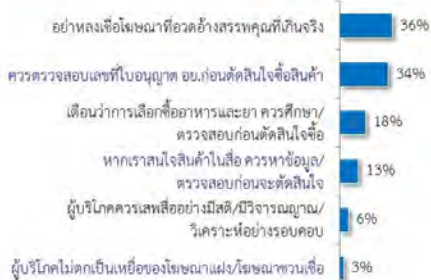
ตอน 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าถึงเองของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการบอกให้อย่าหลงเชื่อโฆษณาที่อวดอ้างสรรพคุณที่เกินจริง (36%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าควรตรวจสอบเลขที่ใบอนุญาต อย. ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า (34%) เพื่อว่าการเลือกซื้ออาหารและยา ควรศึกษา/ตรวจสอบก่อนตัดสินใจซื้อ (18%) หากสนใจสินค้าที่โฆษณาในสื่อ ควรหาข้อมูล/ตรวจสอบก่อนจะตัดสินใจ (13%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10

ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจ ต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อ (Unaided)

ภาพรวม

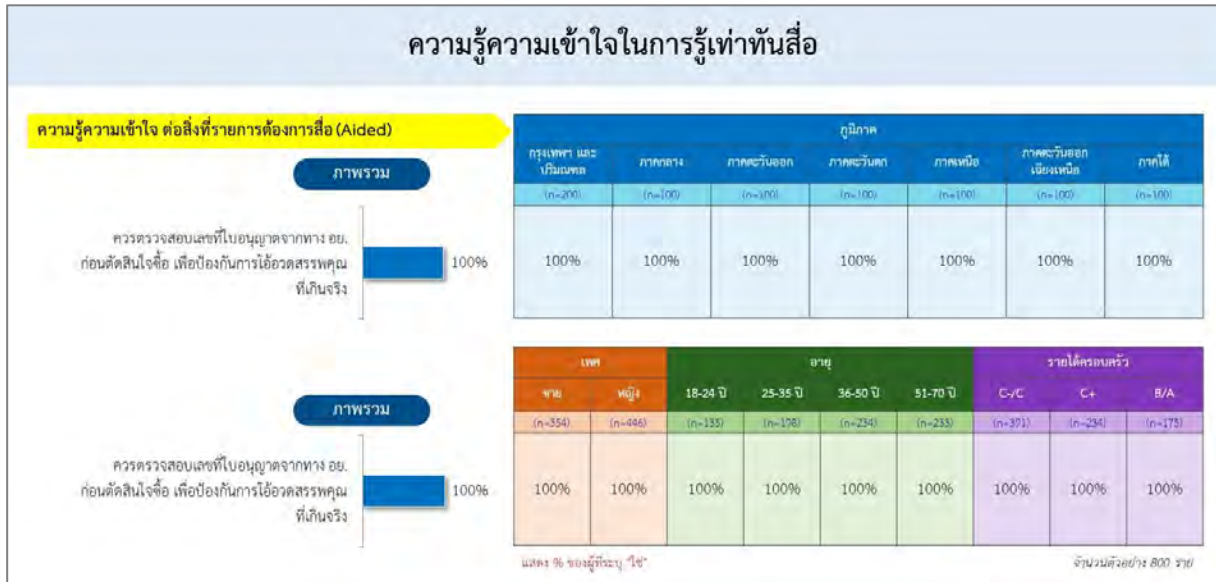


กรุงเทพมหานคร (n=200)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=100)	ภาคตะวันออก (n=100)	ภาคตะวันตก (n=100)	ภาคเหนือ (n=100)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=100)	ภาคใต้ (n=100)
33%	38%	29%	41%	36%	44%	35%
56%	24%	43%	17%	14%	26%	33%
6%	20%	3%	33%	37%	18%	21%
6%	19%	19%	7%	21%	9%	15%
5%	12%	3%	7%	9%	4%	4%
2%	2%	5%	6%	-	2%	3%

*แสดงเฉพาะประเด็นที่มีผู้ตอบ ภาพรวม: 3% ขึ้นไป

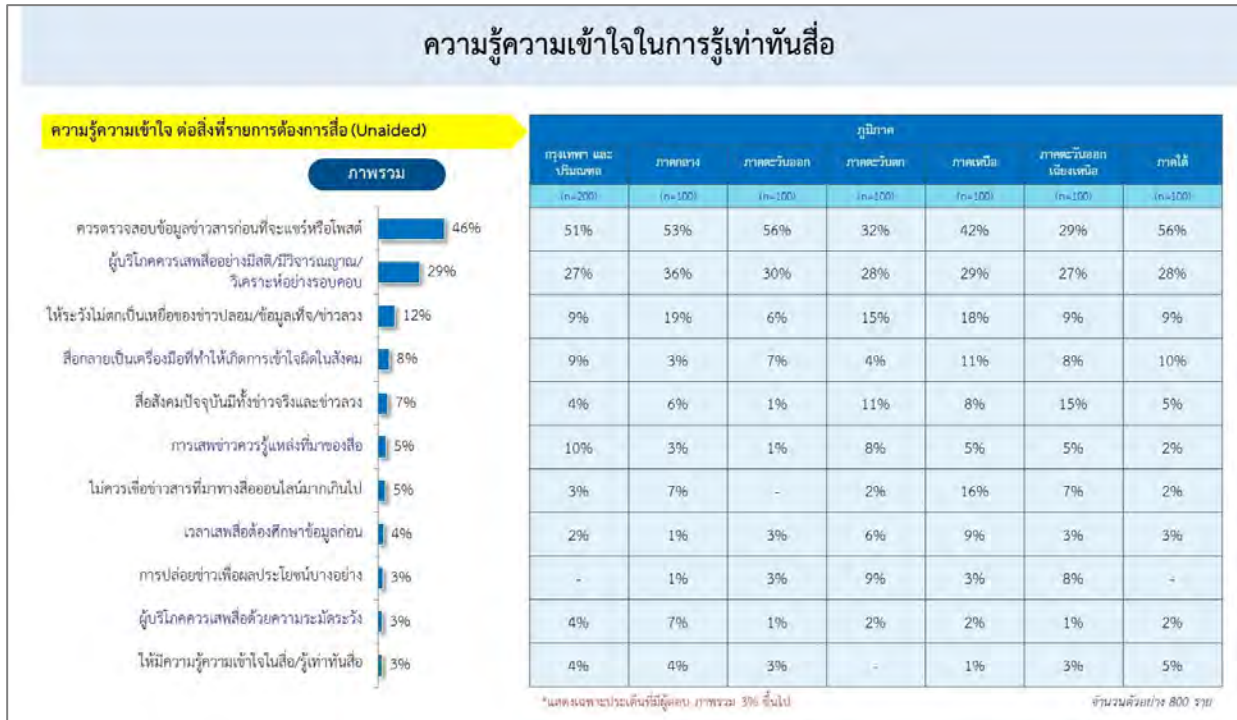
จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

เมื่อสอบถามผู้บริโภครู้ถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ ควรตรวจสอบเลขที่ใบอนุญาตจากทาง อย. ก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อป้องกันการโอ้อวดสรรพคุณที่เกินจริง ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อจากประเด็นที่วัดในข้างต้น



ตอน 3 ขาวลวง

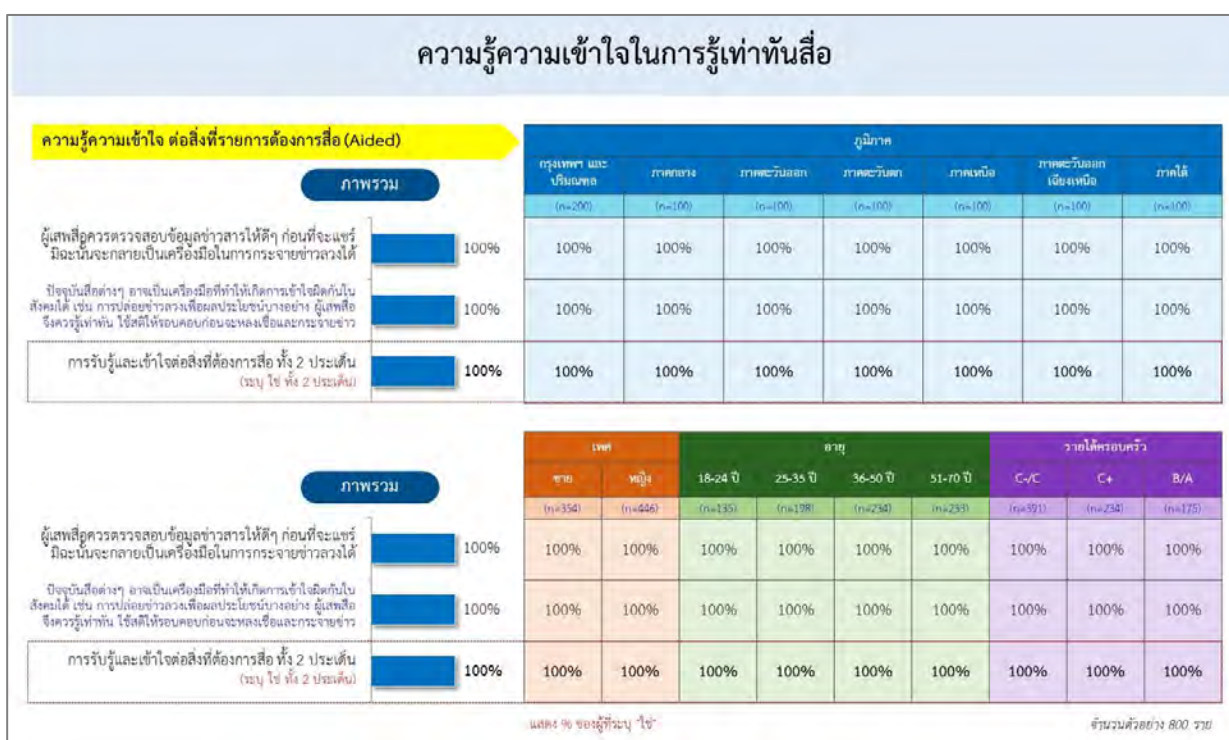
การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าถึงเองของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการบอกให้ผู้บริโภคควรตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะแชร์หรือโพสต์ (46%) มากที่สุด รองลงมาต้องการให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (29%) ให้ระวังไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอม/ข้อมูลเท็จ/ขาวลวง (12%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภครู้ถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ

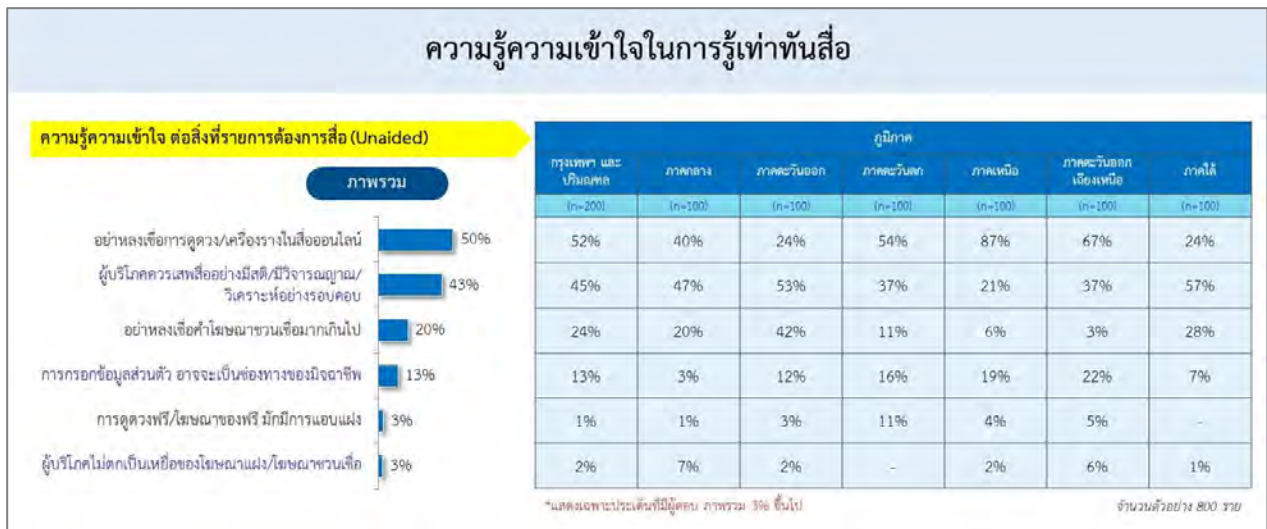
- 1) ผู้เสพลีควรรตรวจสอบข้อมูลข่าวสารให้ดี ๆ ก่อนที่จะแชร์ มิฉะนั้นจะกลายเป็นเครื่องมือในการกระจายข่าวลวงได้
- 2) ปัจจุบันสื่อต่าง ๆ อาจเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการเข้าใจผิดกันในสังคมได้ เช่น การปล่อยข่าวลวงเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง ผู้เสพลีจึงควรรู้เท่าทัน ใช้สติให้รอบคอบก่อนจะหลงเชื่อและกระจายข่าว

จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด

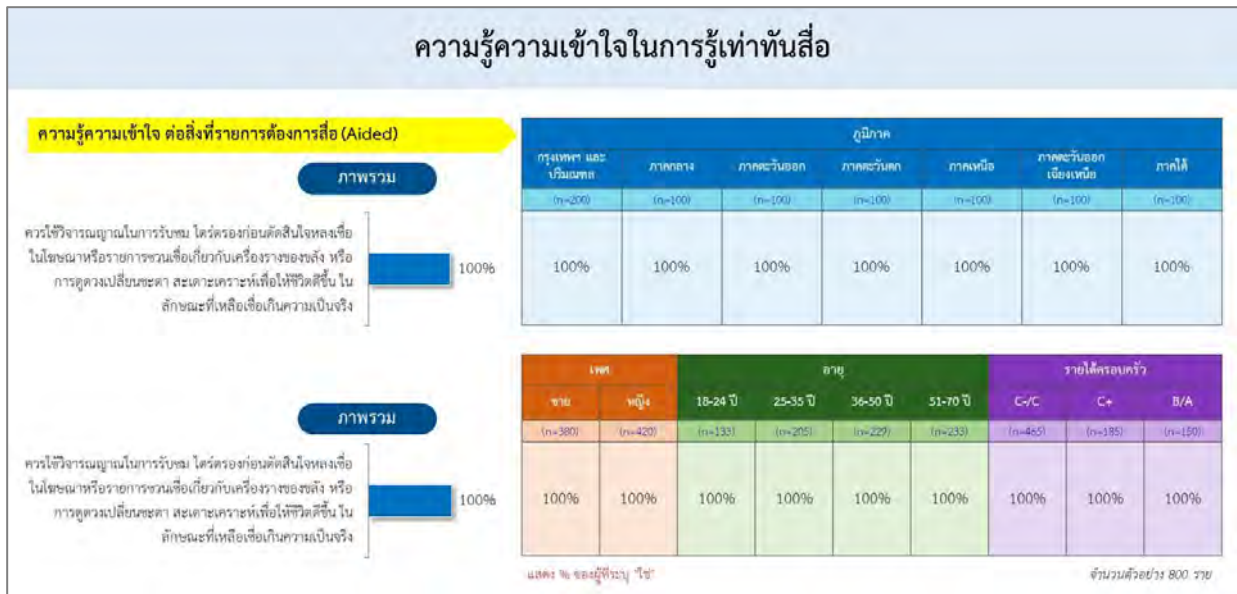


ตอน 4 เคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอยถึงเอง** ของผู้บริโภคร (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภคร สื่อชุดนี้ต้องการบอกให้อย่าหลงเชื่อการดูดวง/เครื่องรางในสื่อออนไลน์ (50%) มากที่สุด รองลงมาต้องการให้ผู้บริโภครเสฟสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (43%) ไม่ควรหลงเชื่อคำโฆษณาชวนเชื่อมากเกินไป (20%) การกรอกข้อมูลส่วนตัว อาจจะเป็นช่องทางของมิงฉาซีฟได้ (13%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภครู้ถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ ผู้รับชมควรใช้วิจารณญาณในการรับชม ใด่ตรงก่อนตัดสินใจหลงเชื่อในโฆษณาหรือรายการชวนเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง หรือการดูดวงเปลี่ยนชะตา สะเดาะเคราะห์เพื่อให้ชีวิตดีขึ้น ในลักษณะที่หลอเชื่อเกินความเป็นจริง ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อจากประเด็นที่วัดในข้างต้น



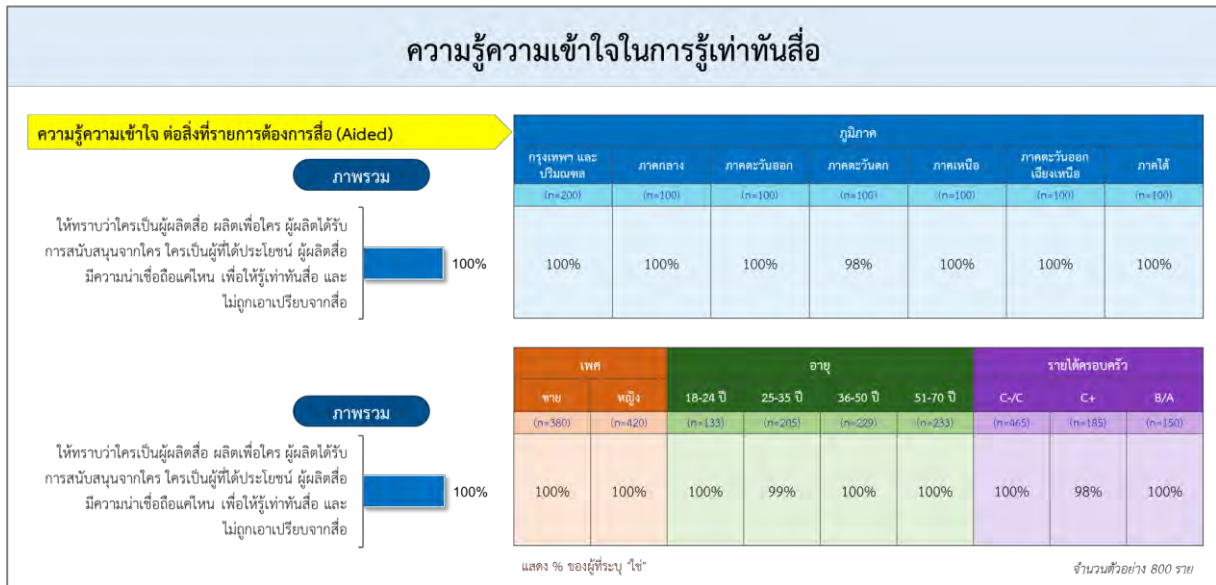
ตอน 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอยถึงเอง** ของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อเกิดการรู้เท่าทันสื่อ (35%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าการเสพข่าวควรรู้แหล่งที่มาของสื่อ (25%) ต้องการให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (16%) ให้รู้ว่าใครได้รับผลประโยชน์/สื่อสร้างมาเพื่อใคร (15%) ต้องดูว่าสื่อมีความน่าเชื่อถือขนาดไหน (12%) เตือนผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากสื่อ (11%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ ผู้บริโภคควรทราบว่า ใครเป็นผู้ผลิตสื่อ ผลิตเพื่อใคร ผู้ผลิตได้รับการสนับสนุนจากใคร ใครเป็นผู้ที่ได้ประโยชน์ ผู้ผลิตสื่อมีความน่าเชื่อถือแค่ไหน เพื่อให้รู้เท่าทันสื่อ และไม่ถูกเอาเปรียบจากสื่อ

ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อจากประเด็นที่วัดในข้างต้น



ตอน 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าถึงเองของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการบอกให้ผู้บริโภคไม่ควรเผยแพร่/แชร์ข้อมูลที่เป็นการละเมิดสิทธิผู้อื่น (31%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ทำให้เกิดความเสียหาย/การเข้าใจผิดในสังคม (25%) สื่อถึงการละเมิดสิทธิของผู้อื่น (21%) ให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (17%) ควรช่วยกันหยุดการกระจายสื่อที่ไม่สมควร (15%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10

ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจ ต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อ (Unaided)



กรุงเทพมหานคร และ บริเวณพิเศษ	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก จังหวัดภูเก็ต
(n=200)	(n=100)	(n=100)	(n=100)	(n=100)	(n=100)	(n=100)
25%	47%	4%	43%	44%	34%	30%
26%	24%	14%	30%	26%	42%	10%
23%	12%	34%	19%	18%	27%	15%
29%	7%	38%	9%	3%	19%	24%
26%	1%	38%	1%	2%	1%	26%
5%	13%	-	11%	1%	8%	6%
6%	5%	1%	5%	2%	13%	1%
2%	2%	2%	7%	2%	12%	4%
2%	3%	8%	2%	1%	2%	4%

*แสดงเฉพาะประเด็นที่มีสัดส่วน ภาพรวม 3% ขึ้นไป

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ

- 1) สื่อละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ด้วยการเปิดเผยข้อมูลสำคัญ หรือนำเสนอภาพที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล ทำให้ผู้ถูกอ้างถึง ตกเป็นจำเลยทางสังคมได้
- 2) ผู้เสพสื่อควรมีความเข้าใจ และต้องช่วยกันไม่เผยแพร่ต่อ และควรแจ้งผู้ผลิตสื่อ หรือร้องเรียน มิฉะนั้นอาจกลายเป็นผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวได้

จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด

ความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจ ต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อ (Aided)

	ภาพรวม	ภูมิภาค						
		กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (n=200)	ภาคกลาง (n=100)	ภาคตะวันออก (n=100)	ภาคตะวันตก (n=100)	ภาคเหนือ (n=100)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=100)	ภาคใต้ (n=100)
สื่อละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ด้วยการเปิดเผยข้อมูลสำคัญ หรือนำเสนอภาพที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล ทำให้ผู้ถูกอ้างถึง ตกเป็นจำเลยทางสังคมได้	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
ผู้เสกสื่อควรมีความเข้าใจ และต้องช่วยกันไม่เผยแพร่ต่อ และ ควรแจ้งผู้ผลิตสื่อ หรือโรงเรียน มีฉะฉานจากกลายเป็น ผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวได้	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
การรับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อ ทั้ง 2 ประเด็น (ระบุ ใช่ ทั้ง 2 ประเด็น)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

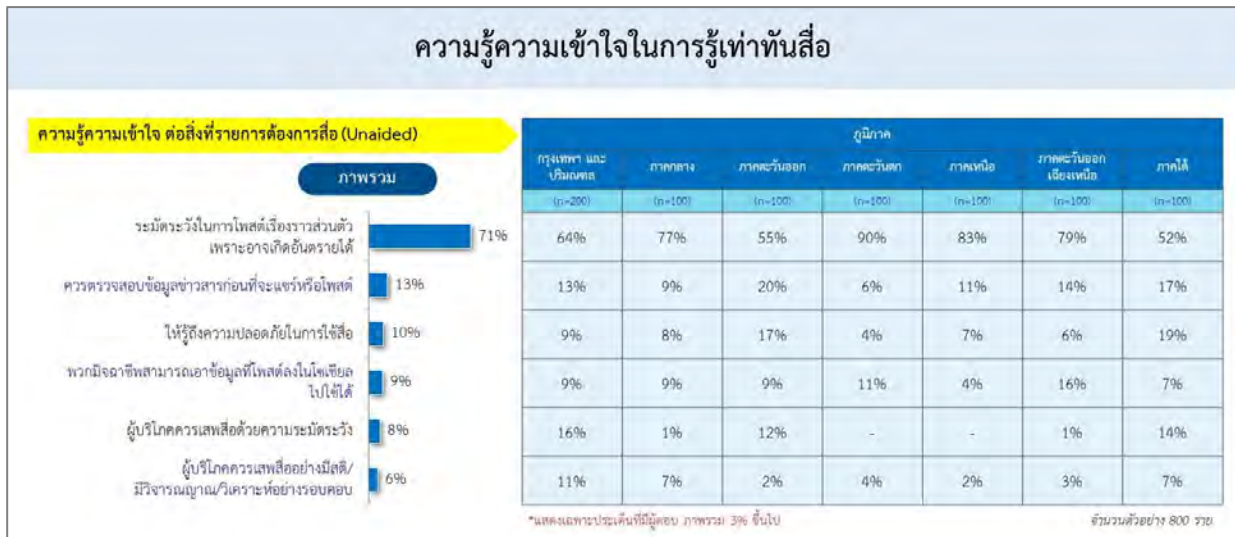
	ภาพรวม	รายละเอียด								
		เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
		ชาย (n=254)	หญิง (n=246)	18-24 ปี (n=135)	25-35 ปี (n=198)	36-50 ปี (n=234)	51-70 ปี (n=233)	C-/C (n=391)	C+ (n=234)	B/A (n=173)
สื่อละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ด้วยการเปิดเผยข้อมูลสำคัญ หรือนำเสนอภาพที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล ทำให้ผู้ถูกอ้างถึง ตกเป็นจำเลยทางสังคมได้	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
ผู้เสกสื่อควรมีความเข้าใจ และต้องช่วยกันไม่เผยแพร่ต่อ และ ควรแจ้งผู้ผลิตสื่อ หรือโรงเรียน มีฉะฉานจากกลายเป็น ผู้สนับสนุนการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นไปโดยไม่รู้ตัวได้	100%	100%	99%	100%	100%	100%	100%	99%	100%	100%
การรับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อ ทั้ง 2 ประเด็น (ระบุ ใช่ ทั้ง 2 ประเด็น)	100%	100%	99%	100%	100%	100%	100%	99%	100%	100%

แสดง % ของผู้ตอบ "ใช่"

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

ตอน 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าถึงเองของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความเสี่ยงในการโพสต์เรื่องราวส่วนตัว เพราะอาจเกิดอันตรายได้ (71%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าควรตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะแชร์หรือโพสต์ (13%) ให้รู้ถึงความปลอดภัยในการใช้สื่อ (10%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10

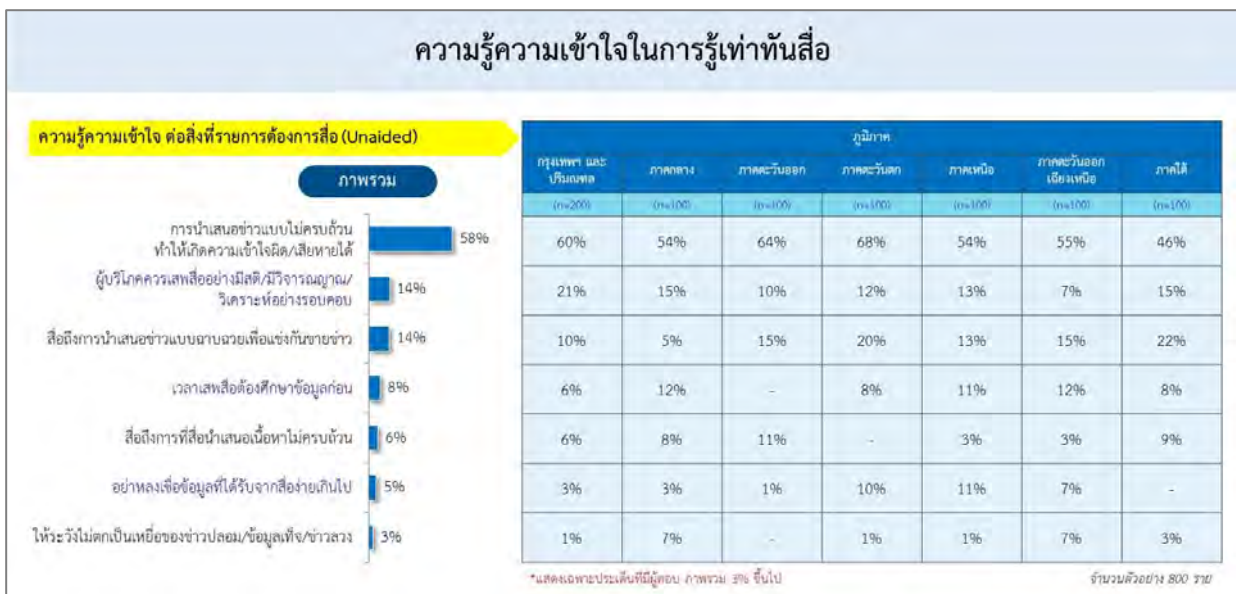


เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ *ควรระมัดระวัง คิดให้รอบคอบในการใช้สื่อเพื่อโพสต์เรื่องราวหรือข้อมูลส่วนตัว เพราะอาจมีผู้ที่ไม่หวังดี ใช้เป็นข้อมูลในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ได้* ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อจากประเด็นที่วัดในข้างต้น

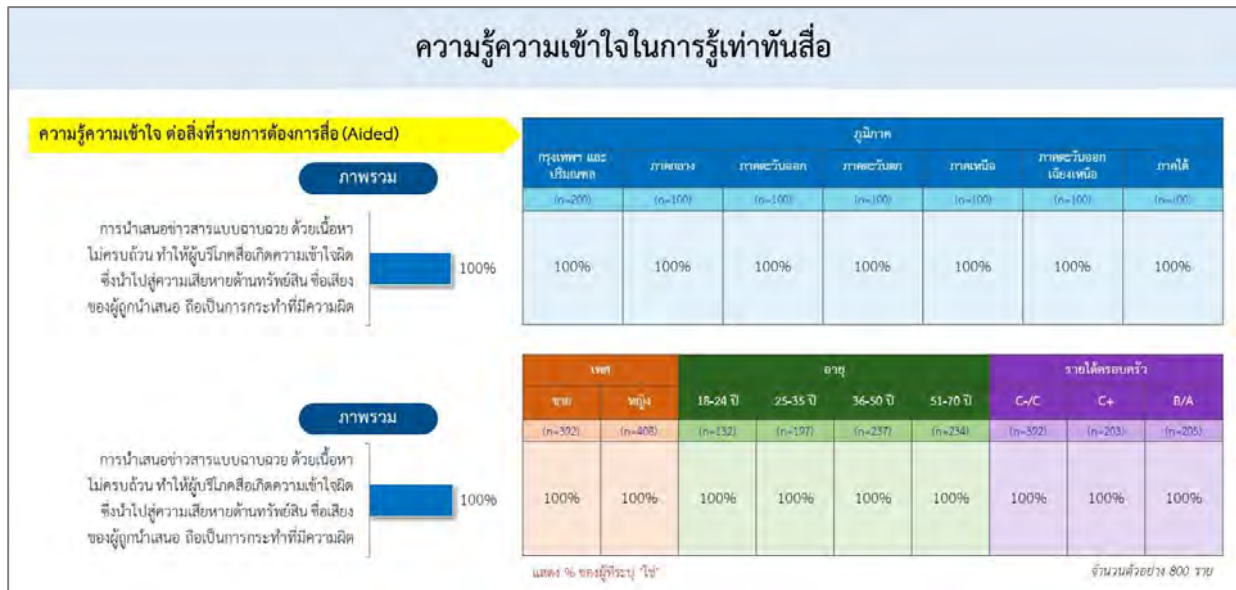


ตอน 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าถึงเองของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคเห็นว่าการนำเสนอข่าวแบบไม่ครบถ้วน ทำให้เกิดความเข้าใจผิด/เสียหายได้ (58%) มากที่สุด รองลงมาต้องการให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (14%) สื่อถึงการนำเสนอข่าวแบบฉาบฉวยเพื่อแข่งกันขายข่าว (14%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ การนำเสนอข่าวสารแบบฉาบฉวย ด้วยเนื้อหาไม่ครบถ้วน ทำให้ผู้บริโภคสื่อเกิดความเข้าใจผิด ซึ่งนำไปสู่ความเสียหายด้านทรัพย์สิน ชื่อเสียงของผู้ถูกนำเสนอ ถือเป็นผลกระทบที่มีความผิด ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อจากประเด็นที่วัดในข้างต้น

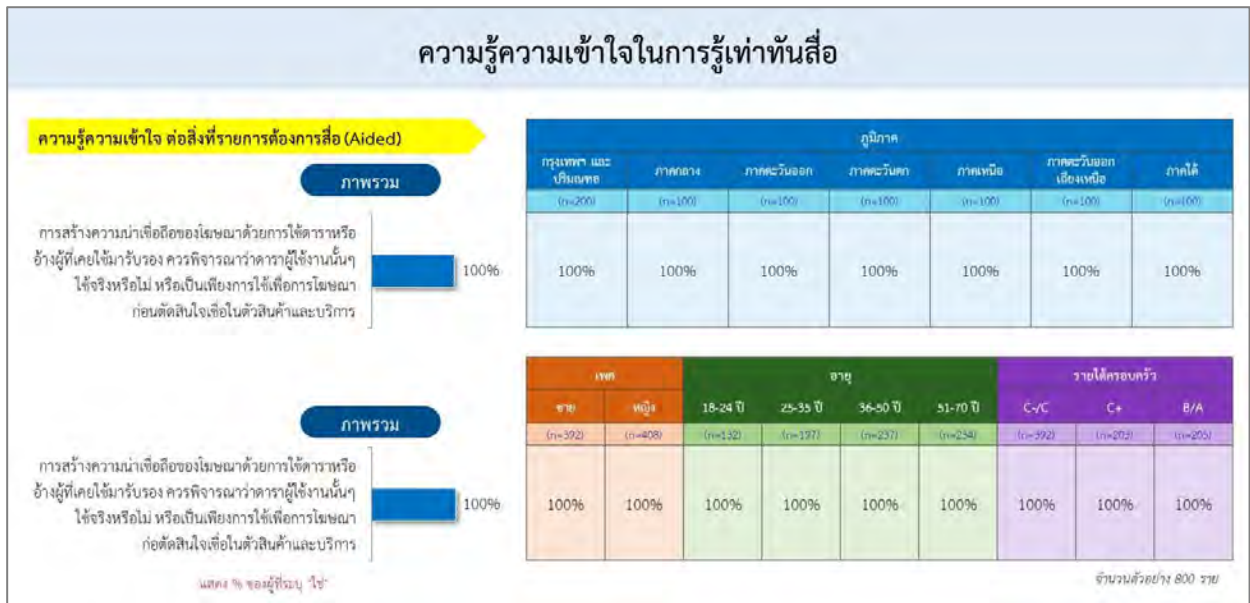


ตอน 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอยถึงเอง** ของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคเห็นว่าการโฆษณาที่ใช้ดาราแอบอ้าง/ผู้ใช้รีวิว ควรตรวจสอบก่อนซื้อสินค้านั้น ๆ (24%) มากที่สุด รองลงมาไม่ควรหลงเชื่อโฆษณาที่อ้างสรรพคุณที่เกินจริง (20%) หากสนใจสินค้าที่โฆษณาในสื่อ ควรหาข้อมูล/ตรวจสอบก่อนจะตัดสินใจ (15%) การโฆษณาที่ใช้ดารา รีวิว ควรพิจารณาว่าดาราใช้งานจริงหรือไม่ (13%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ การสร้างความน่าเชื่อถือของโฆษณาด้วยการใช้ดารารหรืออ้างผู้ที่เคยใช้มารับรอง ควรพิจารณาว่า ดาราผู้ใช้นั้น ๆ ใช้จริงหรือไม่ หรือเป็นเพียงการใช้เพื่อการโฆษณา ก่อนตัดสินใจซื้อในตัวสินค้าและบริการ ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อจากประเด็นที่ วัดในข้างต้น

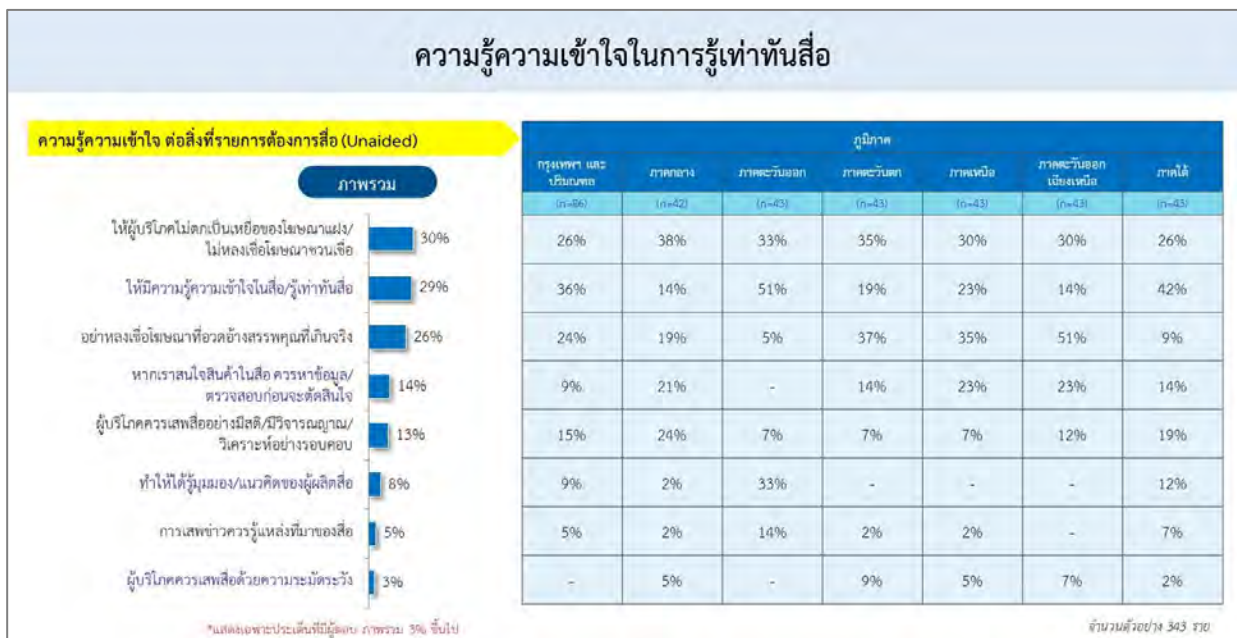


3.3 การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ”

ตอนที่ 1 รู้เสียสื่อโฆษณาอย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ?

“แซกรับเชิญ หมอแล็บ แพนด้า – ทนพ. ภาคภูมิ เดชหัสดิน”

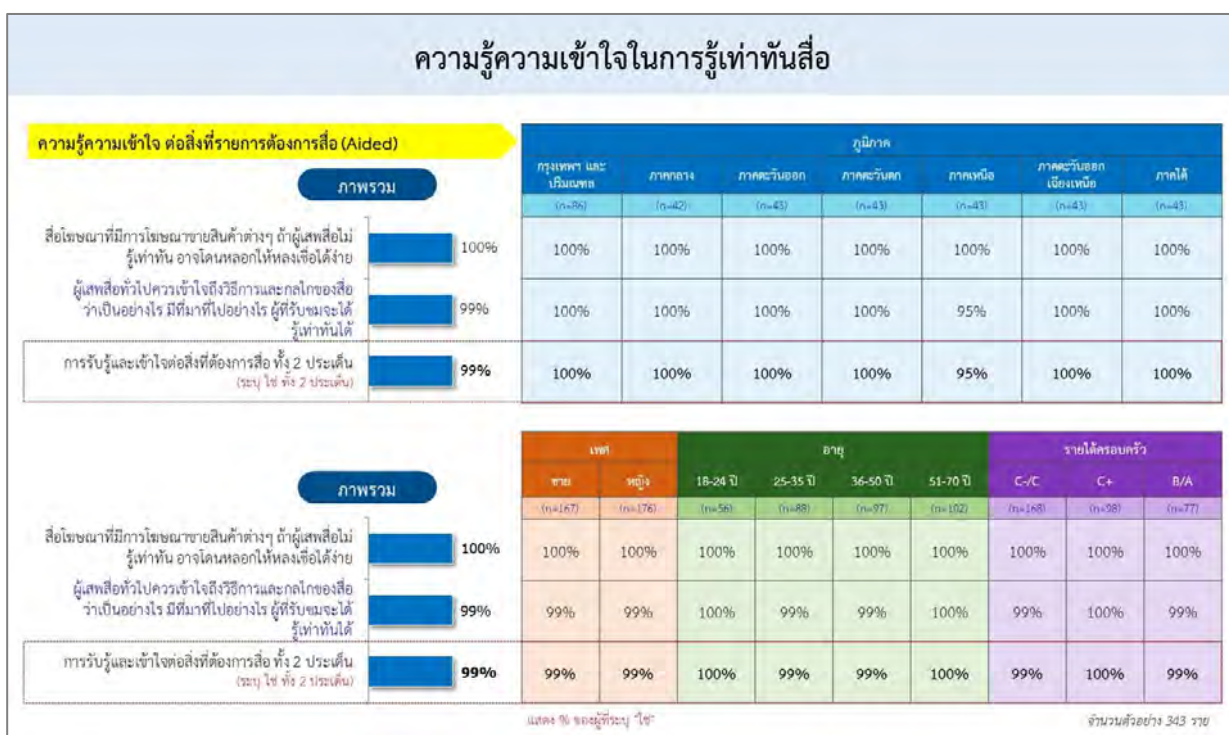
การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าสังเกตของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคไม่ตกเป็นเหยื่อของโฆษณาแฝง/ไม่หลงเชื่อโฆษณาชวนเชื่อ (30%) มากที่สุด รองลงมาให้มีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (29%) ผู้บริโภคไม่ควรหลงเชื่อโฆษณาที่อวดอ้างสรรพคุณที่เกินจริง (26%) หากสนใจสินค้าที่โฆษณาในสื่อ ควรหาข้อมูล/ตรวจสอบก่อนจะตัดสินใจ(14%) ให้ผู้บริโภคเสปสสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (13%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภครถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ

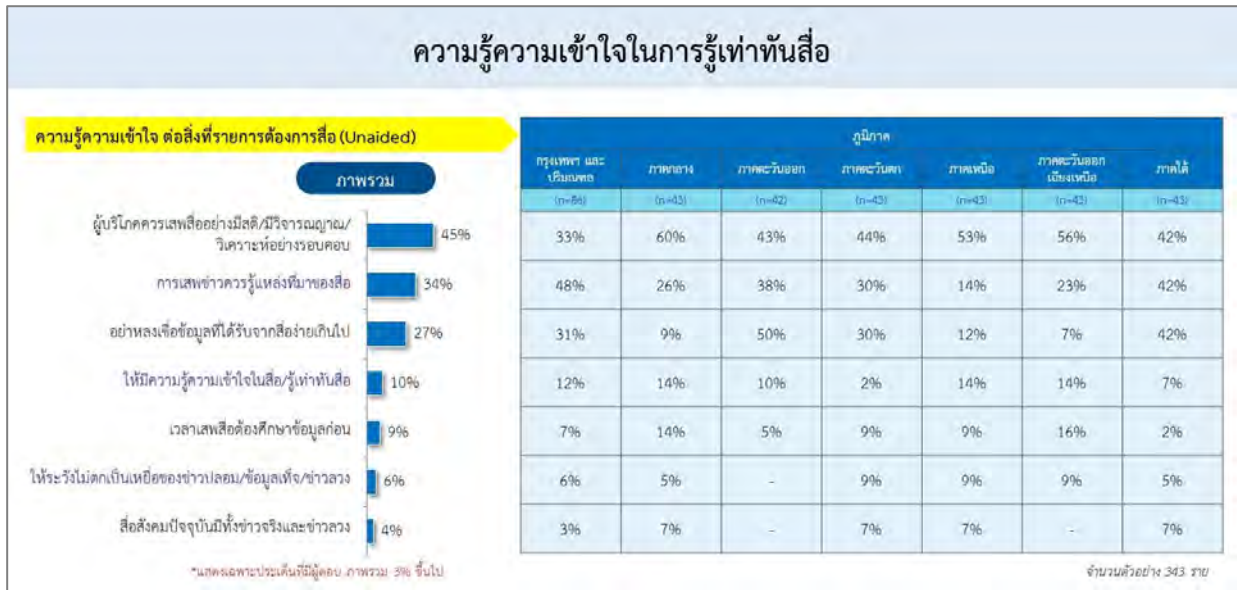
- 1) สื่อโฆษณาที่มีการโฆษณาขายสินค้าต่าง ๆ ถ้าผู้เสฟสื่อไม่รู้เท่าทัน ก็อาจโดนหลอกให้หลงเชื่อได้ง่าย
- 2) ผู้เสฟสื่อทั่วไปควรเข้าใจถึงวิธีการและกลไกของสื่อ ว่าเป็นอย่างไร มีที่มาที่ไปอย่างไร ผู้ที่รับชมจะรับรู้เท่าทันได้

จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (99-100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบในแต่ละประเด็นที่วัด โดยสัดส่วนของผู้ที่รับรู้และเข้าใจ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด เท่ากับ 99%

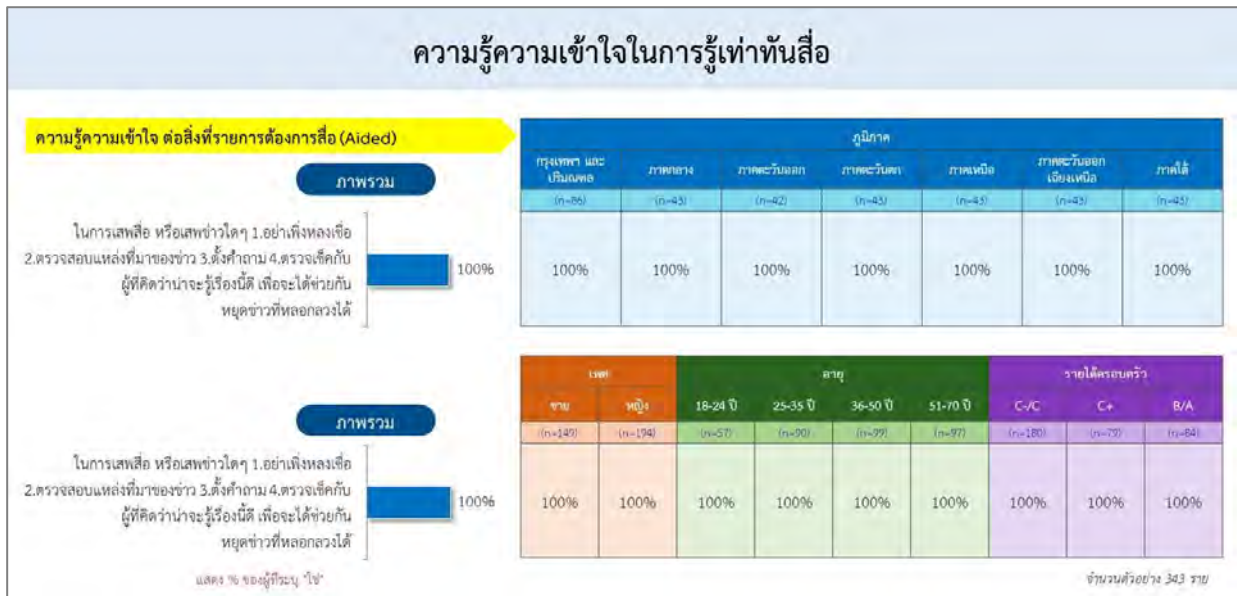


ตอนที่ 2 รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ “แฮกรับเชิญ สุทธิชัย หยุ่น”

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าถึงเองของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (45%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าการเสพข่าวควรรู้แหล่งที่มาของสื่อ (34%) ไม่หลงเชื่อข้อมูลที่รับจากสื่อง่ายขึ้น (27%) ให้มีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (10%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10

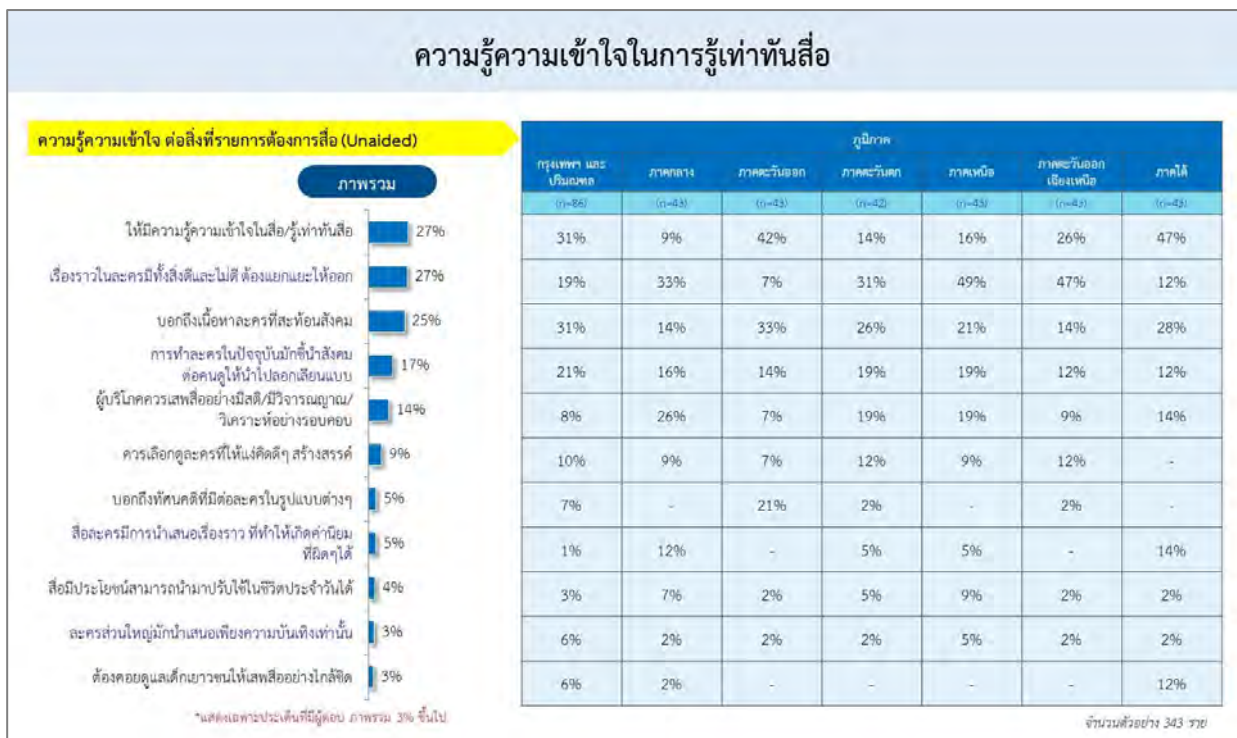


เมื่อสอบถามผู้บริโภครู้ถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ **ในการเสฟสื่อ หรือเสฟข่าวใด ๆ เราควร 1. อย่าเพิ่งหลงเชื่อ 2. ตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าว 3. ตั้งคำถาม 4. ตรวจสอบเช็คกับผู้ที่คิดว่าน่าจะรู้เรื่องนี้ดี เพื่อจะได้ช่วยกันหยุดข่าวที่หลอกหลวงได้** ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) **รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อจากประเด็นที่วัดในข้างต้น**

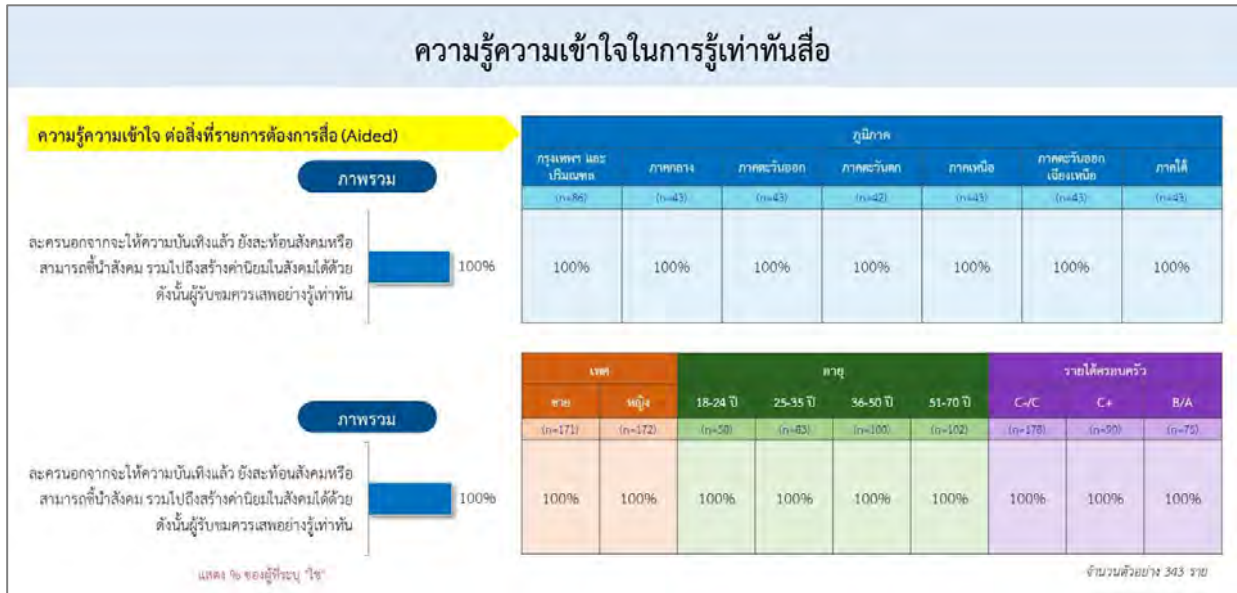


ตอนที่ 3 รู้ทัน...ละคร แกร็บเชิญ สันต์ ศรีแก้วหล่อ

การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าสังเกตของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ และการนำเรื่องราวในละครมีทั้งสิ่งดีและไม่ดี ควรแยกแยะให้ออก (27% เท่ากัน) มากที่สุด รองลงมาต้องการบอกถึงเนื้อหาของละครที่สะท้อนสังคม (25%) การทำละครในปัจจุบันมักชี้นำสังคมทำให้คนดูนำไปเลียนแบบ (17%) ให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (14%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10

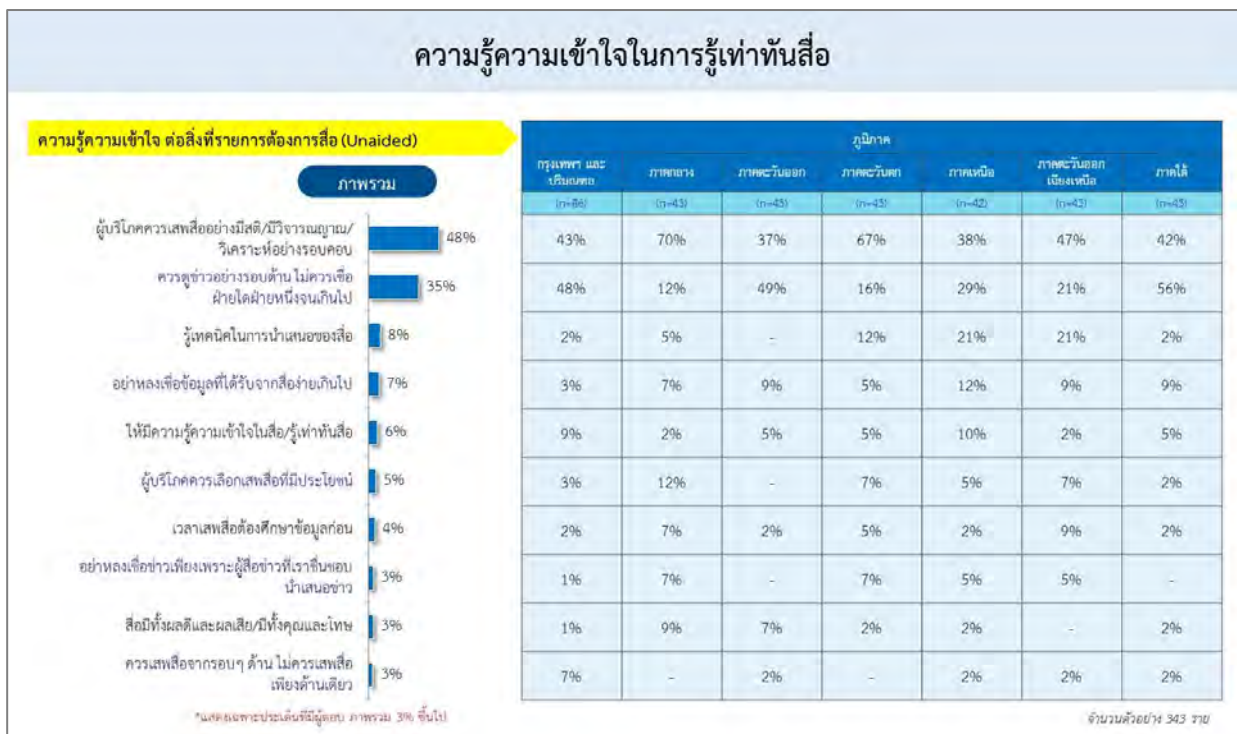


เมื่อสอบถามผู้บริโภครู้ถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ในประเด็นคือ *ละครนอกจากจะให้ความบันเทิงแล้ว ยังสะท้อนสังคมหรือสามารถชี้นำสังคม รวมไปถึงสร้างค่านิยมในสังคมได้ด้วย* ดังนั้นผู้รับชมควรเสพอย่างรู้เท่าทัน ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการสื่อจากประเด็นที่วัดในข้างต้น



ตอนที่ 4 เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง “แซกรับเชิญ จี๊ด ธิมะ กาญจไพริน”

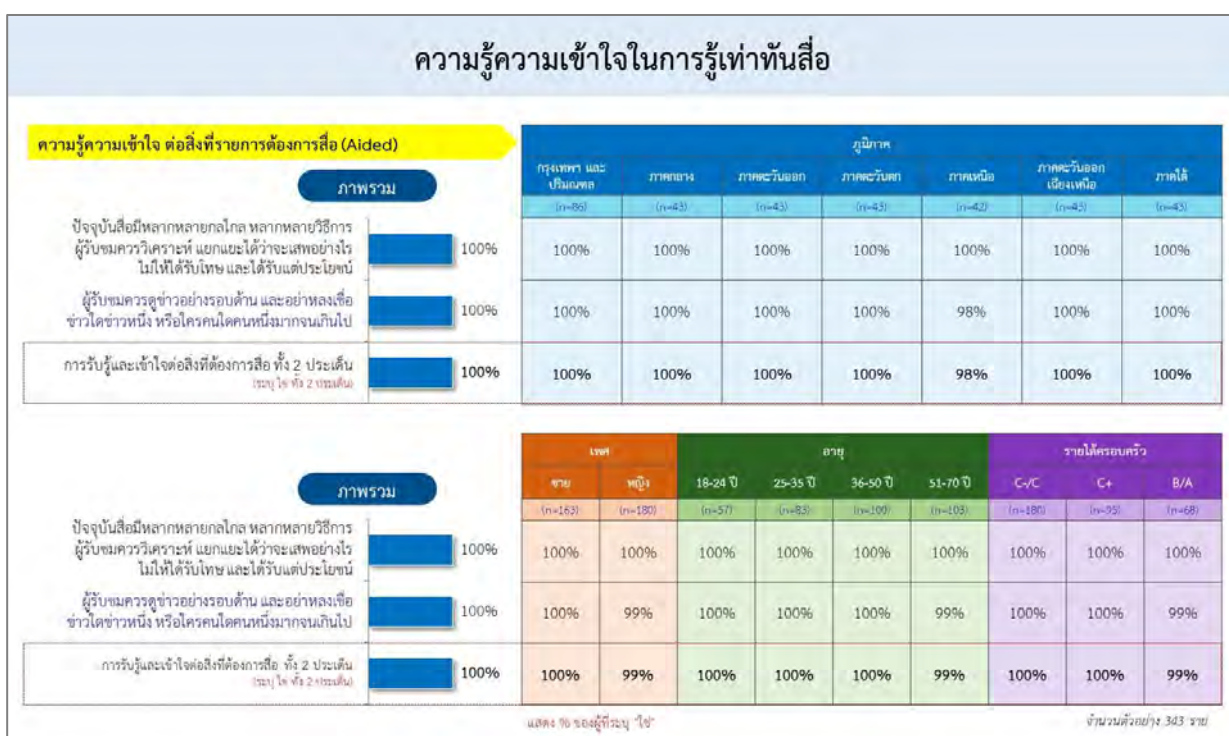
การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเฝ้าถึงเองของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (48%) มากที่สุด รองลงมาให้ผู้บริโภคดูข่าวอย่างรอบด้าน ไม่ควรเชื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจนเกินไป (35%) รู้เทคนิคในการนำเสนอของสื่อ (8%) ไม่หลงเชื่อข้อมูลที่ได้รับจากสื่อง่ายเกินไป (7%) ให้มีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (6%) ผู้บริโภคควรเลือกเสพสื่อที่มีประโยชน์ (5%)



เมื่อสอบถามผู้บริโภถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ

- 1) ปัจจุบันสื่อมีหลากหลายกลไกล หลากหลายวิธีการ ผู้รับชมควรวิเคราะห์ แยกแยะได้ว่าจะเสพอย่างไรไม่ให้ได้รับโทษ และได้รับแต่ประโยชน์
- 2) ผู้รับชมควรดูข่าวอย่างรอบด้าน และอย่าหลงเชื่อข่าวใดข่าวหนึ่ง หรือใครคนใดคนหนึ่ง มากจนเกินไป

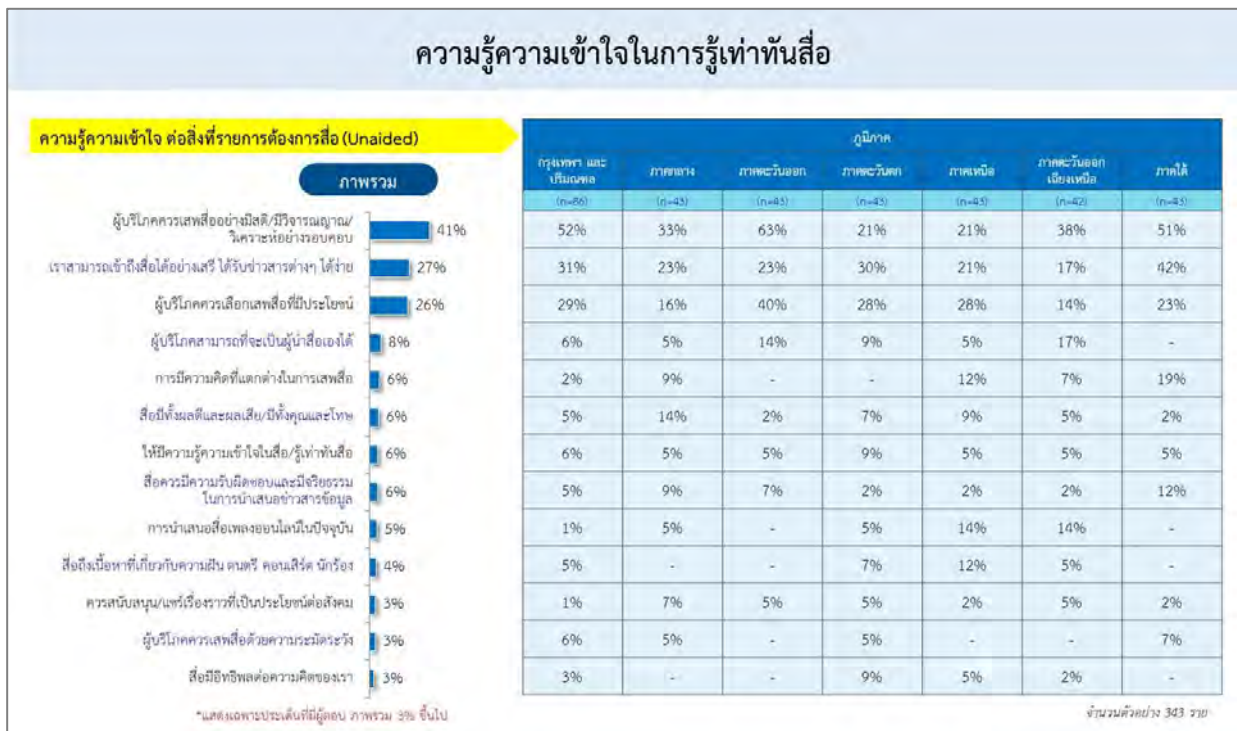
จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคทุกราย/เกือบทุกราย (100%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด



3.4 การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective”

ตอนที่ 1 แกร็บเชิงดู คุณจ๋อง พงศ์รินทร์ อุลิศ - Cat Radio เป็นสถานีวิทยุออนไลน์ ที่เน้นเปิดเพลงไทยสากล และเพลงสากลนอกระแส เป็นผู้บริหารโรงภาพยนตร์เฮ้าส์ อาร์ซีเอ

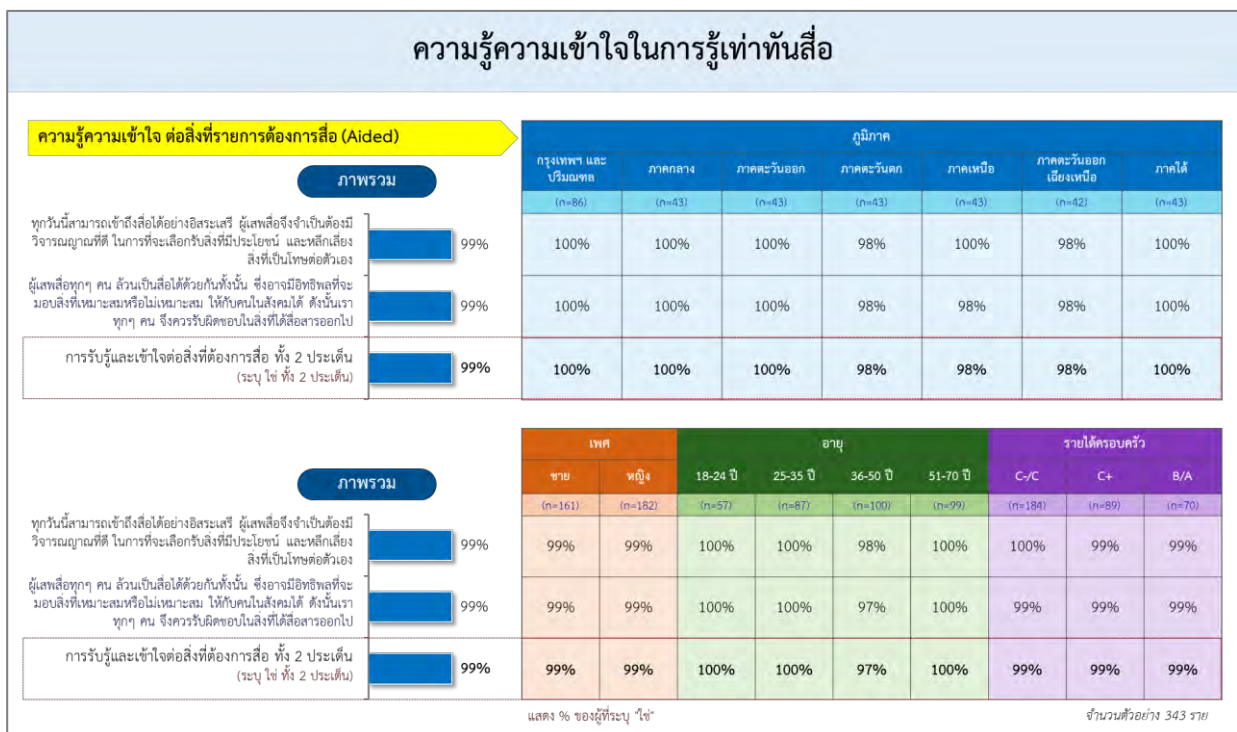
การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการเอยถึงเองของผู้บริโภค (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภคเสพสื่ออย่างมีสติ/วิเคราะห์ห้อย่างรอบคอบ (41%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างเสรี รับข่าวสารต่าง ๆ ได้ง่ายจากสื่อ (27%) ผู้บริโภคควรเลือกเสพสื่อที่มีประโยชน์ (26%) ผู้บริโภคสามารถที่จะเป็นผู้นำสื่อเองได้ (8%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 8



เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ

- 1) ทุกวันนี้มีมนุษย์เราสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างอิสระเสรี ผู้เสพสื่อจึงจำเป็นต้องมีวิจารณญาณที่ดี ในการที่จะเลือกรับสิ่งที่มีประโยชน์ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นโทษต่อตัวเอง
- 2) ผู้เสพสื่อทุก ๆ คน ล้วนเป็นสื่อได้ด้วยกันทั้งนั้น ซึ่งอาจมีอิทธิพลที่จะมอบสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ให้กับคนในสังคมได้ ดังนั้นทุก ๆ คน จึงควรรับผิดชอบในสิ่งที่ได้สื่อสารออกไป

จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบในแต่ละประเด็นที่วัด โดยสัดส่วนของผู้ที่รับรู้และเข้าใจ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด เท่ากับ 99%



ตอนที่ 2 แกร็บเชิงดู คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน อดีตบรรณาธิการนิตยสาร a day 10 กว่าปี และปัจจุบันเป็น บรรณาธิการสื่อคอนเทนต์ออนไลน์ The cloud ที่กำลังได้รับความนิยม

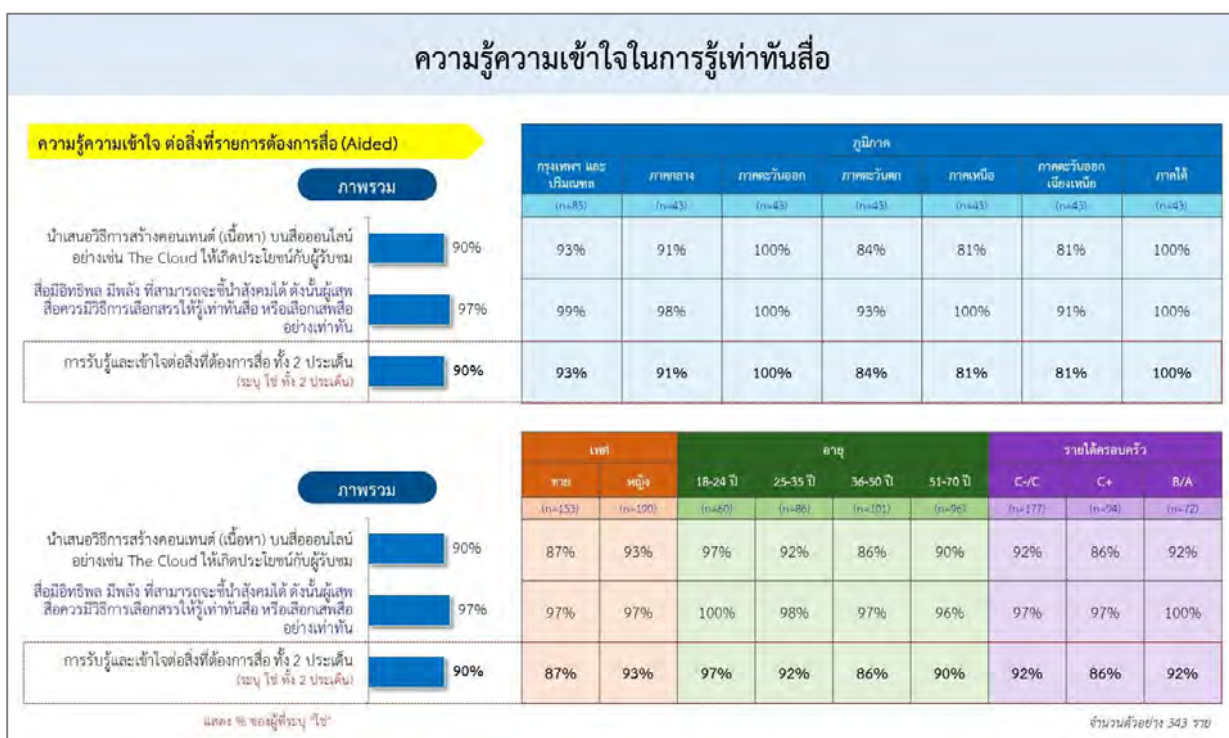
การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอ่ยถึงเอง** ของผู้บริโภคร (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภค สื่อชุดนี้ต้องการสื่อให้เห็นว่า สื่อสามารถชี้นำสังคม/ชี้นำแนวคิดของผู้คนได้ง่าย (25%) มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความคิดของเรา (19%) ให้มีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (17%) การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างเนื้อหา/คอนเทนต์ใหม่ ๆ บนสื่อ (10%) การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับโรงแรมดุสิตธานี (10%) ผู้บริโภคควรเสพสื่ออย่างมีสติ/มีวิจารณญาณ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (10%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 10



เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ

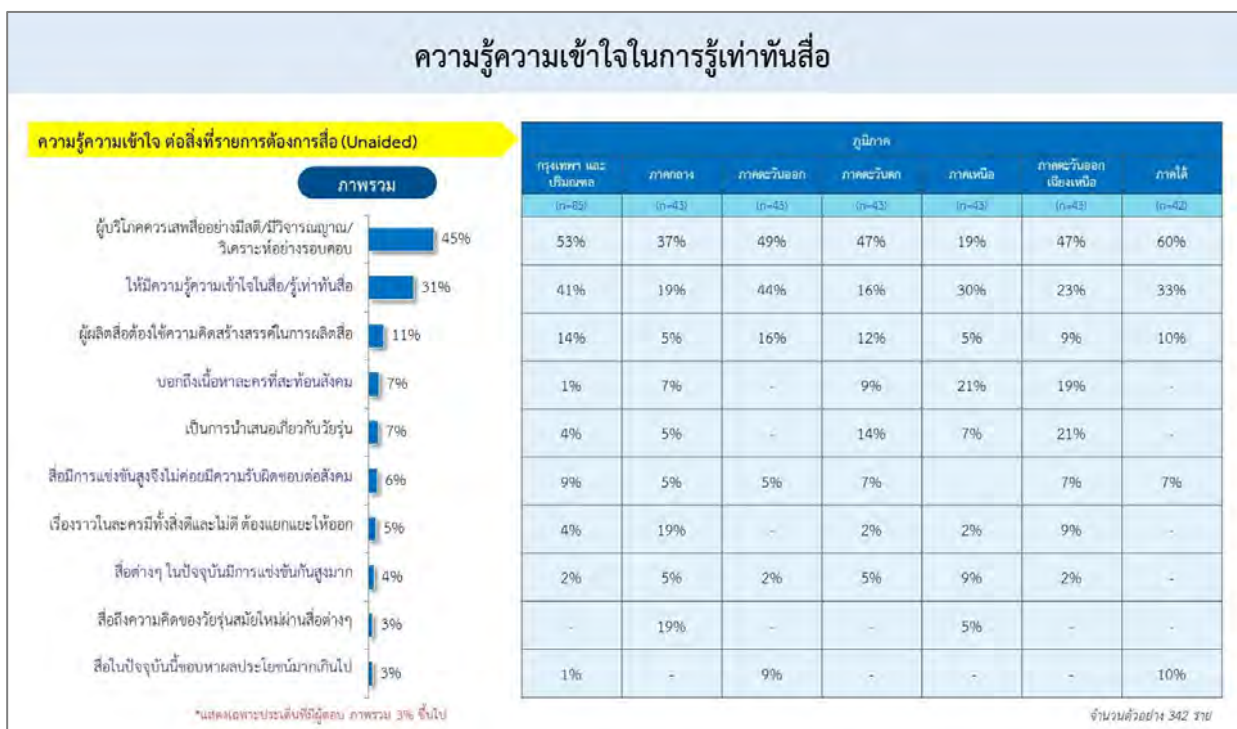
- 1) นำเสนอวิธีการสร้างคอนเทนต์ (เนื้อหา) บนสื่อออนไลน์ อย่างเช่น The Cloud ให้เกิดประโยชน์กับผู้รับชม
- 2) สื่อมีอิทธิพล มีพลัง ที่สามารถจะชี้นำสังคมได้ ดังนั้นผู้เสพสื่อควรมีวิธีการเลือกสรรให้รู้เท่าทันสื่อ หรือเลือกเสพสื่ออย่างเท่าทัน

จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคเกือบทุกรายรับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อในเรื่องสื่อมีอิทธิพล มีพลัง ที่สามารถจะชี้นำสังคมได้ ดังนั้นผู้เสพสื่อควรมีวิธีการเลือกสรรให้รู้เท่าทันสื่อ หรือเลือกเสพสื่ออย่างเท่าทัน (97%) และ การนำเสนอวิธีการสร้างคอนเทนต์ (เนื้อหา) บนสื่อออนไลน์ อย่างเช่น The Cloud ให้เกิดประโยชน์กับผู้รับชม (90%) โดยสัดส่วนของผู้ที่รับรู้และเข้าใจ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด เท่ากับ 90%



ตอนที่ 3 แกรับเชิญ คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์

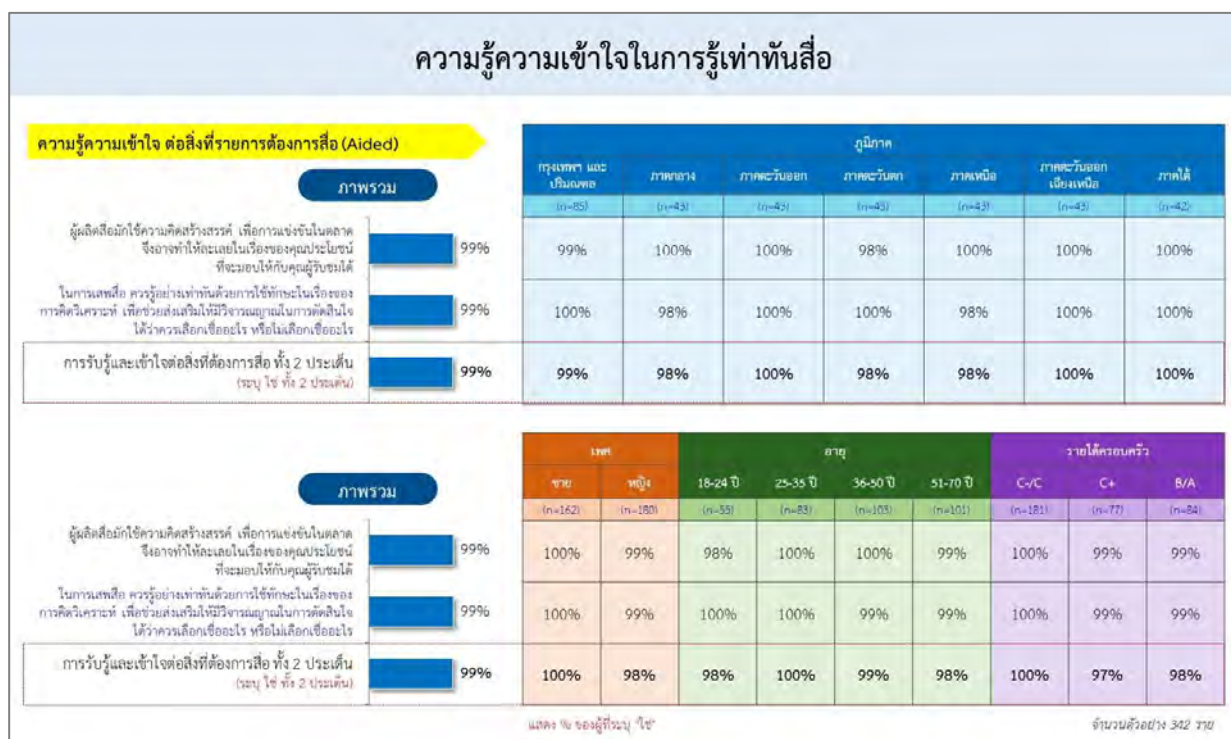
การรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ จากการ **เอยถึงเอง** ของผู้บริโภคร (Unaided) พบว่า จากความเข้าใจของผู้บริโภคร สื่อชุดนี้ต้องการให้ผู้บริโภครเสพสื่ออย่างมีสติ/มีวิจารณญาณ/วิเคราะห์อย่างรอบคอบ (45%) มากที่สุด รองลงมาให้มีความรู้ความเข้าใจในสื่อ/รู้เท่าทันสื่อ (31%) ผู้ผลิตสื่อควรต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อ (11%) บอกถึงเนื้อหาละครที่สะท้อนสังคม (7%) เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับวัยรุ่น (7%) สื่อมีการแข่งขันสูง ดังนั้นจึงไม่ค่อยมีความรับผิดชอบต่อสังคม (6%) เรื่องราวในละครมีทั้งสิ่งดีและไม่ดี ต้องแยกแยะให้ออก (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 5



เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงการรับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ผู้ชมทราบ โดยการแนะ (Aided) ใน 2 ประเด็น คือ

- 1) ผู้ผลิตสื่อมักใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อการแข่งขันในตลาด จึงอาจทำให้ละเอียดในเรื่องของ คุณประโยชน์ ที่จะมอบให้กับคุณผู้รับชมได้
- 2) ในการเสฟสื่อ เราควรรู้ย่างเท่าทันด้วยการใช้ทักษะในเรื่องของการคิดวิเคราะห์ เพื่อช่วยส่งเสริมให้ เรามีวิจารณญาณในการตัดสินใจได้ว่าควรเลือกเชื่ออะไร หรือไม่เลือกเชื่ออะไรได้

จากผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) รับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่รายการต้องการสื่อให้ทราบใน แต่ละประเด็นที่วัด โดยสัดส่วนของผู้ที่รับรู้และเข้าใจ ในทั้ง 2 ประเด็นที่วัด เท่ากับ 99%



สรุปผล : ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่แต่ละประเภทรายการได้นำเสนอ ในการช่วยเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนให้มีความสามารถรู้เท่าทันสื่อ จากการแนะ (Aided) ในประเด็นของเนื้อหารายการที่ต้องการสื่อให้ผู้บริโภคทราบ โดยการรับรู้และเข้าใจใน Main Message ของเนื้อหารายการ แต่ละรายการที่ประเมิน มีสัดส่วนความรู้ความเข้าใจ สูงเกินกว่าร้อยละ 90 ขึ้นไป (90-100%)

4. ความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการ

การวัดระดับความพึงพอใจ ใช้มาตรวัด 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ วิเคราะห์โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ (%) (คำนวณมาจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ) โดยประเด็นความพึงพอใจที่ประเมิน มี 5 ประเด็น ประกอบด้วย

- 1) ความน่าสนใจของรายการ
- 2) เนื้อหารายการเข้าใจง่าย
- 3) เนื้อหารายการมีประโยชน์
- 4) เนื้อหารายการมีความจูงใจ
- 5) ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ

4.1 รายการสารคดีชุด ‘รู้ทันสื่อ คือ ทางออก’

ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการสารคดี ชุด พลังของสื่อ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.04 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ เท่ากับ 81%



เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.28 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 86%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.94 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 79%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.42 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 88%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ครอบครัวในระดับ B ขึ้นไป มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าผู้ที่มีรายได้ระดับ C



ความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุด พลังของสื่อ

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



จำนวนตัวอย่าง 480 ราย

ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือชาตาน

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการสารคดี ชุด สื่อ นักบุญหรือชาตาน ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.04 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 81%

ความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุด สื่อ นักบุญหรือชาตาน



(จากคะแนนเต็ม 5)

จำนวนตัวอย่าง 480 ราย

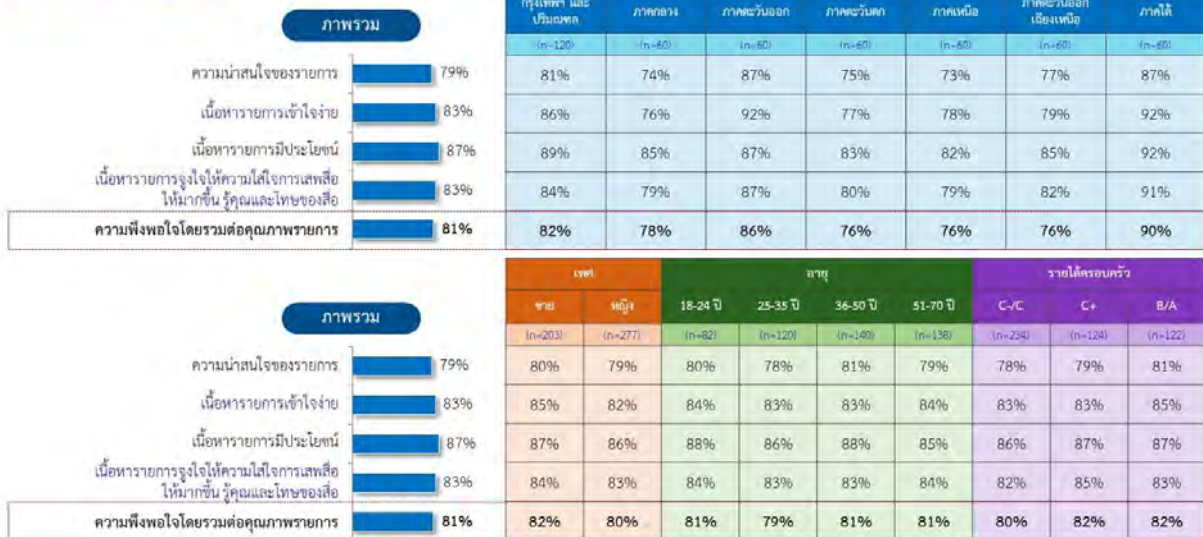
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.33 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 87%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.97 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 79%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.50 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 90%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบคลุมที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



ความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุด สี่ นักบุญหรือชาตาน

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



จำนวนตัวอย่าง 480 ราย

ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการสารคดี ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1) ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 3.96 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 79%

ความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)

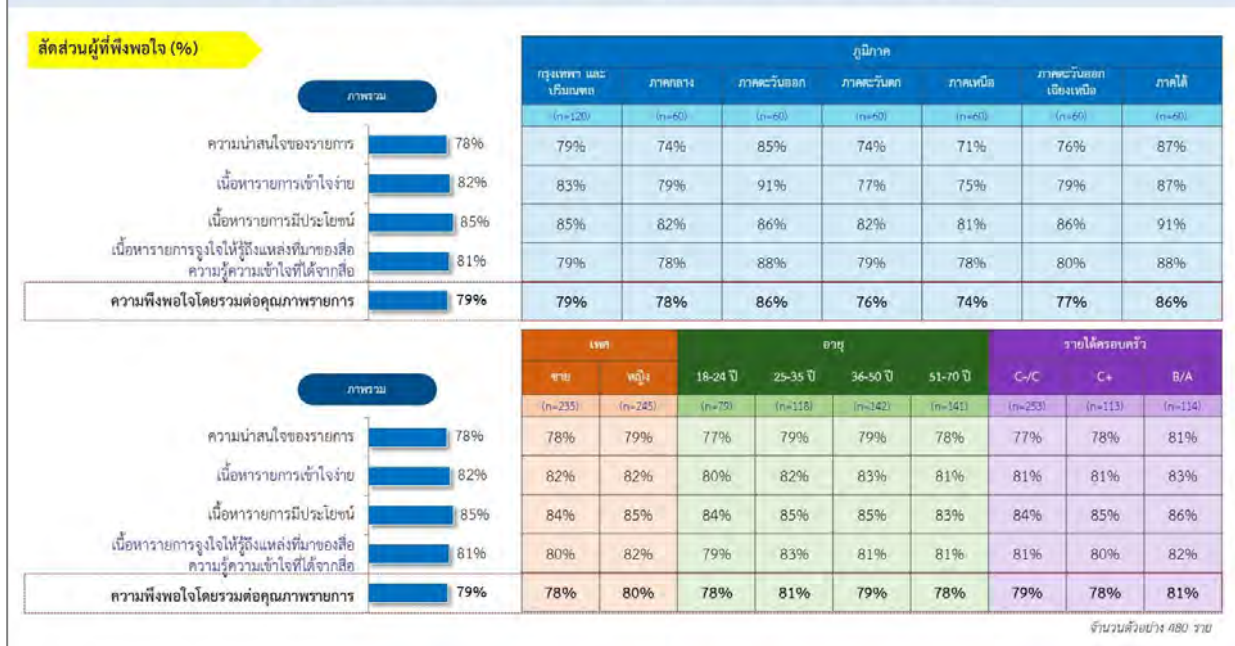


เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.23 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 85%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.91 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 78%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ และภาคตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.32, 4.30 ตามลำดับ สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 86% เท่ากัน) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบคลุมที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

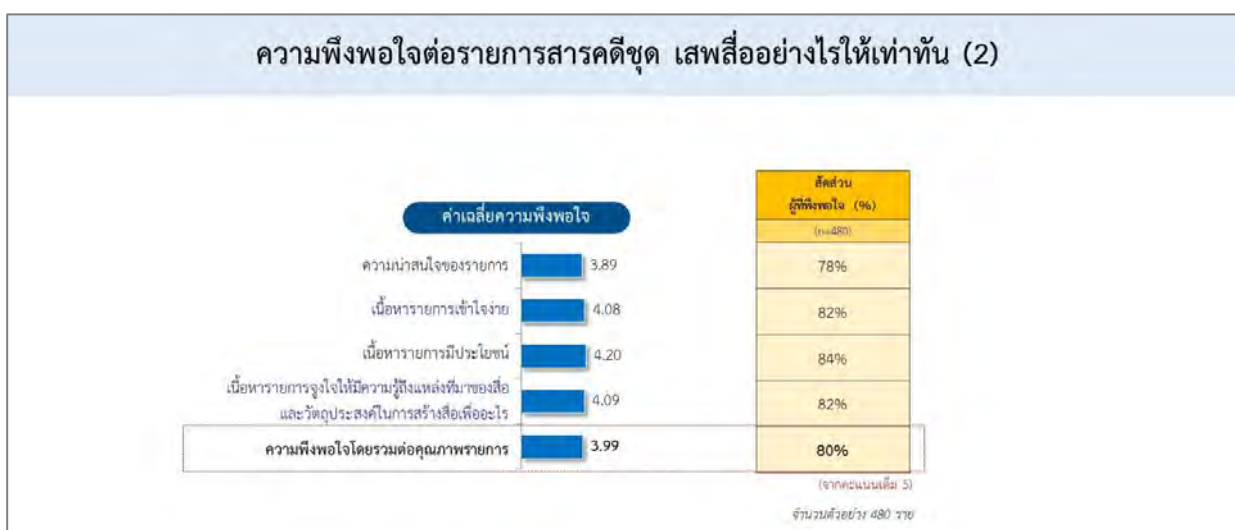


ความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุด เสฟส์อย่างไรให้เท่าทัน (1)



ตอนที่ 4 เสฟส์อย่างไรให้เท่าทัน (2)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการสารคดี ชุด เสฟส์อย่างไรให้เท่าทัน (2) ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 3.99 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 80%



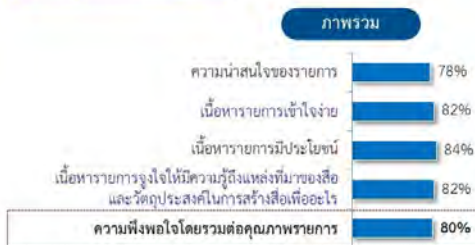
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.20 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 84%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.89 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 78%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.50 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 90%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครบครัวที่แตกต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



ความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (n=120)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=80)	ภาคตะวันออก (n=80)	ภาคตะวันตก (n=80)	ภาคเหนือ (n=80)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=80)	ภาคใต้ (n=80)
78%	78%	85%	74%	70%	73%	88%
82%	78%	92%	76%	73%	78%	89%
84%	85%	85%	82%	78%	83%	91%
81%	82%	86%	79%	74%	81%	90%
79%	80%	86%	76%	72%	77%	90%



จำนวนตัวอย่าง 480 ราย

ตอนที่ 5 คนนำสื่อ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการสารคดี ชุด คนนำสื่อ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 3.98 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 80%

ความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุด คนนำสื่อ



(จากคะแนนเต็ม 5)

จำนวนตัวอย่าง 480 ราย

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.26 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 85%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.91 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 78%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.48 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 90%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



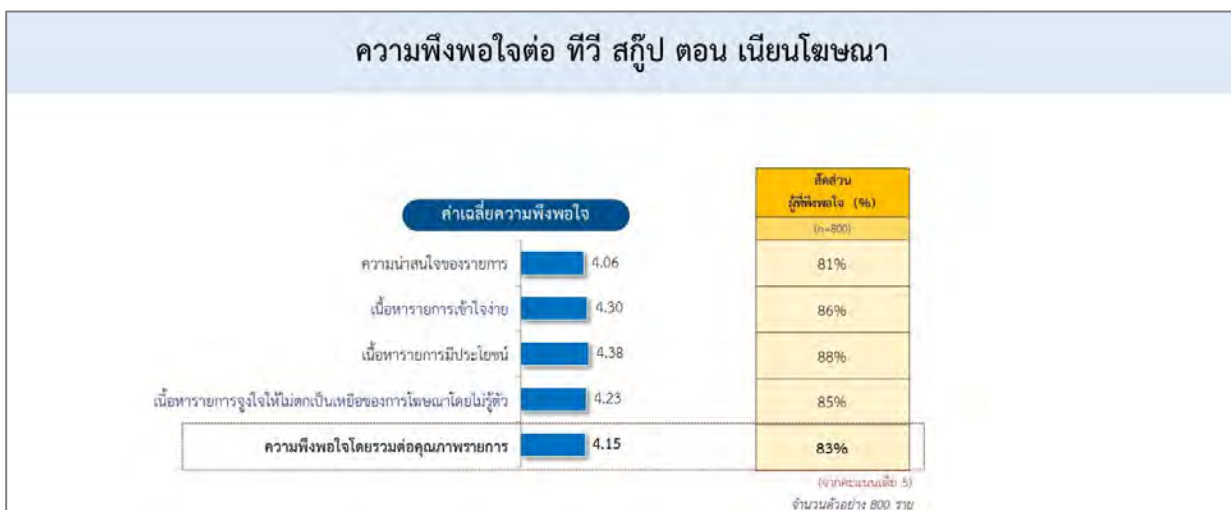
ความพึงพอใจต่อรายการสารคดีชุด คนน้ำสือ



4.2 ทวี สกู๊ป (TV Scoop) ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

ตอน 1 เนียนโฆษณา

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สกู๊ป ตอน เนียนโฆษณา ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.15 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 83%



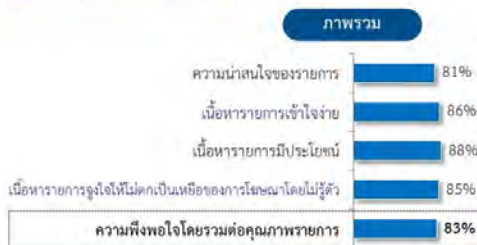
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.38 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 88%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.06 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 81%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ และภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.45, 4.43 ตามลำดับ สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 89% เท่ากัน) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีการได้ครอบครัวยุคที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

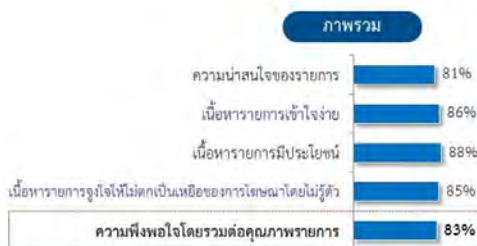


ความพึงพอใจต่อ ทวี สกู๊ป ตอน เนียนโฆษณา

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (n=200)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=100)	ภาคตะวันออก (n=100)	ภาคตะวันตก (n=100)	ภาคเหนือ (n=100)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=100)	ภาคใต้ (n=100)
82%	84%	83%	77%	78%	76%	88%
86%	91%	88%	79%	82%	83%	92%
87%	94%	86%	84%	85%	84%	93%
83%	90%	85%	81%	84%	80%	92%
82%	89%	85%	79%	81%	78%	89%



ชาย (n=354)	หญิง (n=446)	อายุ				รายได้ครอบครัว		
		18-24 ปี (n=135)	25-35 ปี (n=198)	36-50 ปี (n=234)	51-70 ปี (n=233)	C<C (n=391)	C+ (n=254)	B/A (n=173)
80%	82%	82%	81%	82%	81%	81%	83%	
86%	86%	85%	86%	86%	86%	86%	86%	
86%	89%	87%	86%	89%	87%	87%	88%	
84%	85%	85%	83%	86%	84%	84%	85%	
82%	84%	84%	82%	84%	82%	85%	84%	

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

ตอน 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สกู๊ป ตอน โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.37 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 87%

ความพึงพอใจต่อ ทวี สกู๊ป ตอน โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

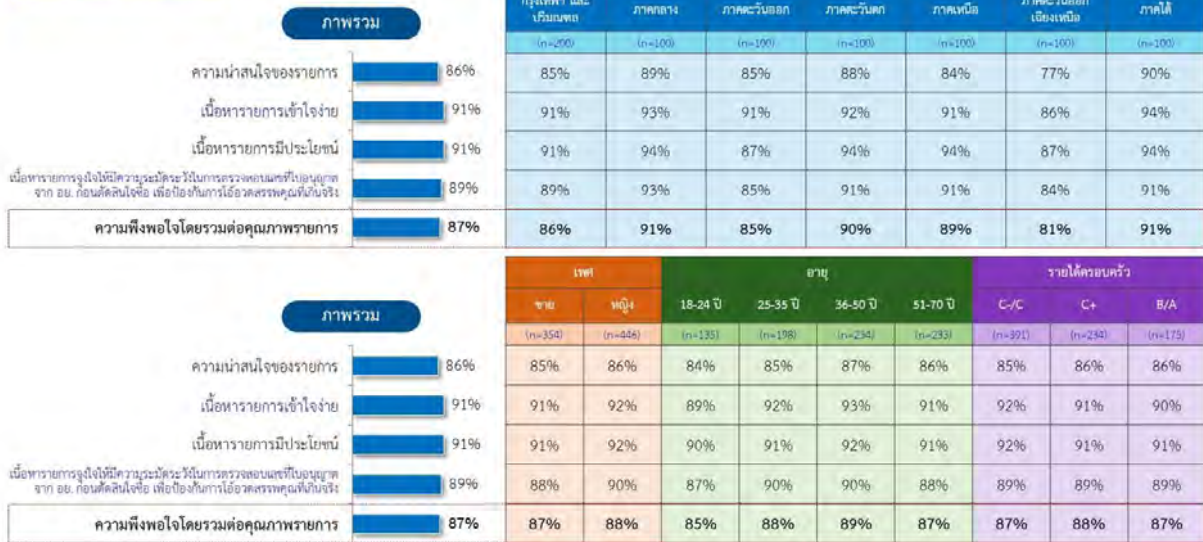


(จากคะแนนเต็ม 5)

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

ความพึงพอใจต่อ ทวี สกู๊ป ตอน โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

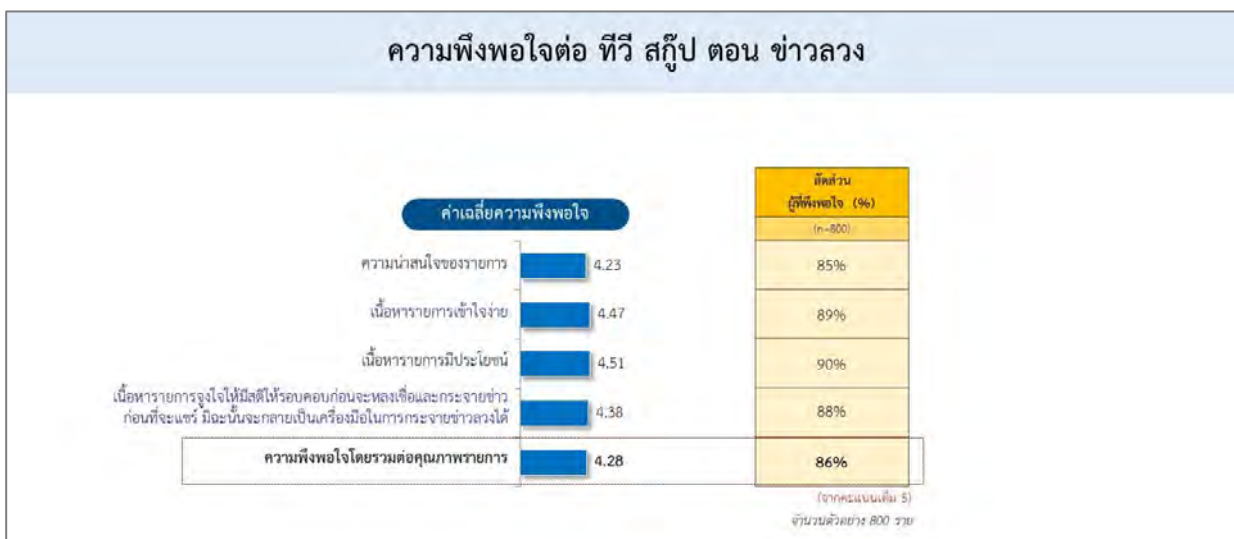
สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



ตอน 3 ข่าวลวง

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สกู๊ป ตอน ข่าวลวง ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.28 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 86%

ความพึงพอใจต่อ ทวี สกู๊ป ตอน ข่าวลวง



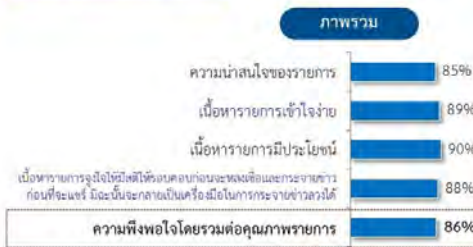
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.51 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 90%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.23 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 85%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.54 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 91%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



ความพึงพอใจต่อ ทวี สกู๊ป ตอน ข่าวลวง

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล (n=200)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=100)	ภาคตะวันออก (n=100)	ภาคตะวันตก (n=100)	ภาคเหนือ (n=100)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=100)	ภาคใต้ (n=100)
84%	88%	85%	85%	84%	77%	89%
89%	92%	90%	87%	88%	86%	94%
90%	94%	86%	89%	91%	87%	94%
87%	93%	85%	88%	87%	84%	90%
83%	91%	85%	86%	86%	81%	90%



จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

ตอน 4 เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สกู๊ป ตอน เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.21 (จากคะแนนเต็ม 5) มี สัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 84%

ความพึงพอใจต่อ ทวี สกู๊ป ตอน เคราะห์ร้ายหรือเพิ่มเคราะห์



(จากคะแนนเต็ม 5)
จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

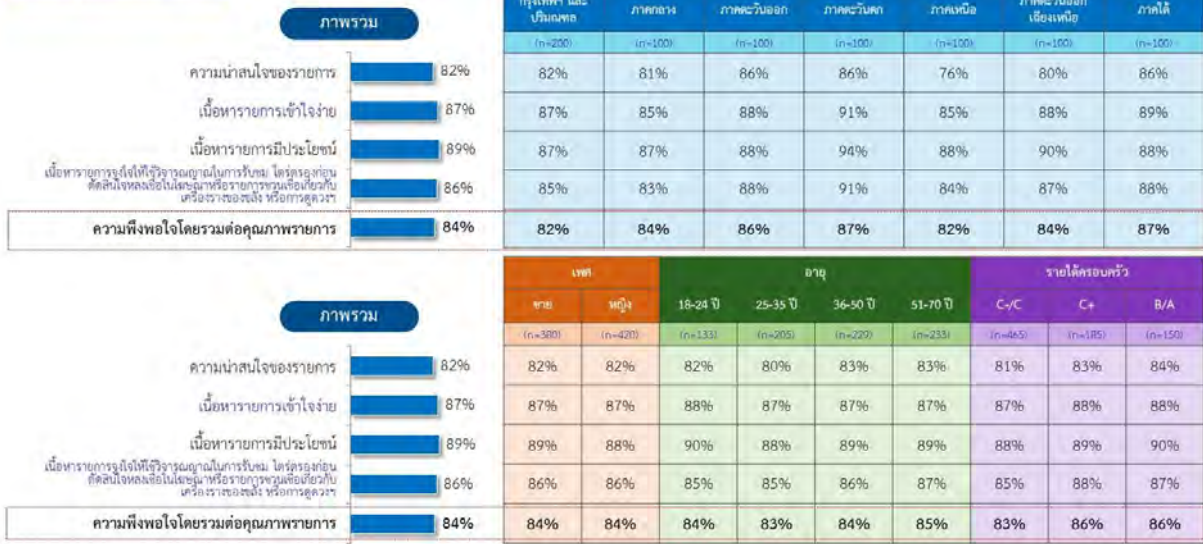
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.43 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 89%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.11 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 82%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคตะวันตก และภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.37, 4.34 ตามลำดับ สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 87% เท่ากัน) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



ความพึงพอใจต่อ ทวี สกู๊ป ตอน เเคราะห์หายหรือเพิ่มเคราะห์

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



ตอน 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สกู๊ป ตอน เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.04 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 81%

ความพึงพอใจต่อ ทวี สกู๊ป ตอน เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ



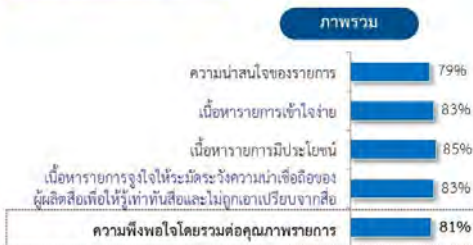
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.27 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 85%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.97 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 79%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.38 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 88%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบคลุมที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

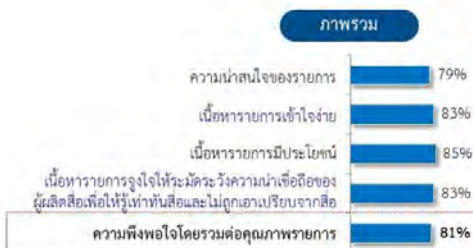


ความพึงพอใจต่อ ทวี สฤป ตอน เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (n=200)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=100)	ภาคตะวันออก (n=100)	ภาคตะวันตก (n=100)	ภาคเหนือ (n=100)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=100)	ภาคใต้ (n=100)
80%	77%	84%	80%	70%	76%	88%
85%	80%	90%	84%	74%	81%	86%
86%	85%	89%	88%	77%	84%	89%
82%	81%	88%	85%	75%	82%	90%
81%	79%	85%	80%	73%	80%	88%



ชาย (n=380)	หญิง (n=420)	อายุ				รายได้ครอบครัว		
		18-24 ปี (n=133)	25-35 ปี (n=205)	36-50 ปี (n=227)	51-70 ปี (n=233)	C<C (n=85)	C+ (n=185)	B/A (n=150)
79%	80%	81%	79%	80%	79%	79%	78%	83%
83%	83%	85%	82%	84%	82%	83%	82%	85%
86%	85%	86%	85%	86%	85%	85%	86%	87%
83%	83%	84%	82%	83%	83%	82%	83%	86%
81%	80%	83%	80%	81%	80%	80%	80%	84%

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

ตอน 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สฤป ตอน สื่อกับการละเมิดสิทธิ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.23 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 85%

ความพึงพอใจต่อ ทวี สฤป ตอน สื่อกับการละเมิดสิทธิ



(จากคะแนนเต็ม 5)
จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

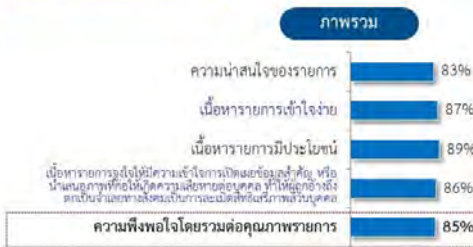
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.44 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 89%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.16 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 83%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.46 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 89%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

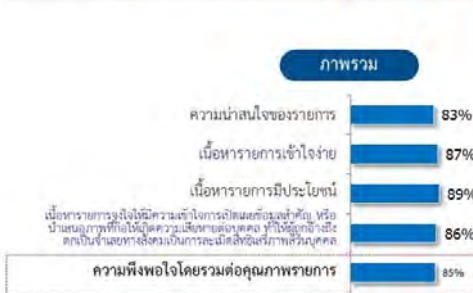


ความพึงพอใจต่อ ทวี สrup ตอน สื่อกับการละเมิดสิทธิ

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (n=200)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=100)	ภาคตะวันออก (n=100)	ภาคตะวันตก (n=100)	ภาคเหนือ (n=100)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=100)	ภาคใต้ (n=100)
83%	83%	86%	86%	74%	81%	89%
87%	86%	90%	91%	81%	87%	89%
88%	88%	88%	93%	85%	91%	89%
85%	85%	87%	91%	79%	88%	89%
84%	84%	85%	88%	78%	84%	89%



เพศ	อายุ				รายได้ครอบครัว			
	ชาย (n=380)	หญิง (n=420)	18-24 ปี (n=133)	25-35 ปี (n=205)	36-50 ปี (n=229)	51-70 ปี (n=233)	C<C (n=465)	C+ (n=185)
83%	83%	84%	82%	84%	83%	82%	84%	86%
88%	87%	87%	87%	87%	87%	86%	88%	89%
89%	89%	89%	89%	89%	88%	88%	89%	90%
87%	86%	87%	86%	86%	86%	85%	88%	88%
85%	84%	85%	84%	85%	85%	83%	86%	87%

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

ตอน 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สrup ตอน ความปลอดภัยในการใช้สื่อ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.28 (จากคะแนนเต็ม 5) มี สัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 86%

ความพึงพอใจต่อ ทวี สrup ตอน ความปลอดภัยในการใช้สื่อ



(จากคะแนนเต็ม 5)

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

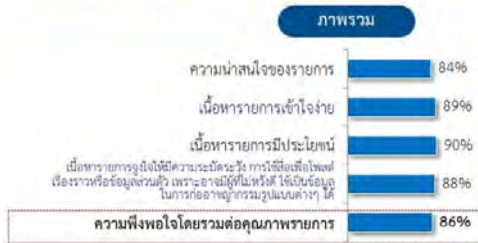
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.48 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 90%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.21 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 84%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.47 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 89%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครบครันที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



ความพึงพอใจต่อ ทวี สฤกษ์ ตอน ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพมหานคร	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
(n=290)	(n=103)	(n=100)	(n=100)	(n=100)	(n=100)	(n=100)
85%	85%	86%	83%	79%	81%	89%
89%	89%	90%	91%	86%	88%	91%
89%	90%	87%	90%	88%	91%	90%
88%	88%	87%	89%	87%	89%	90%
86%	86%	84%	86%	82%	85%	89%



ชาย	หญิง	อายุ				รายได้ต่อครัว		
		18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+	B/A
(n=372)	(n=408)	(n=132)	(n=107)	(n=237)	(n=234)	(n=32)	(n=205)	(n=205)
84%	84%	83%	84%	86%	83%	84%	85%	84%
90%	89%	89%	90%	90%	88%	89%	90%	88%
89%	90%	89%	90%	90%	89%	89%	91%	89%
88%	88%	88%	88%	89%	87%	88%	90%	87%
86%	85%	85%	86%	86%	85%	85%	87%	86%

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

ตอน 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สฤกษ์ ตอน การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.26 (จากคะแนนเต็ม 5) มี สัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 85%

ความพึงพอใจต่อ ทวี สฤกษ์ ตอน การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

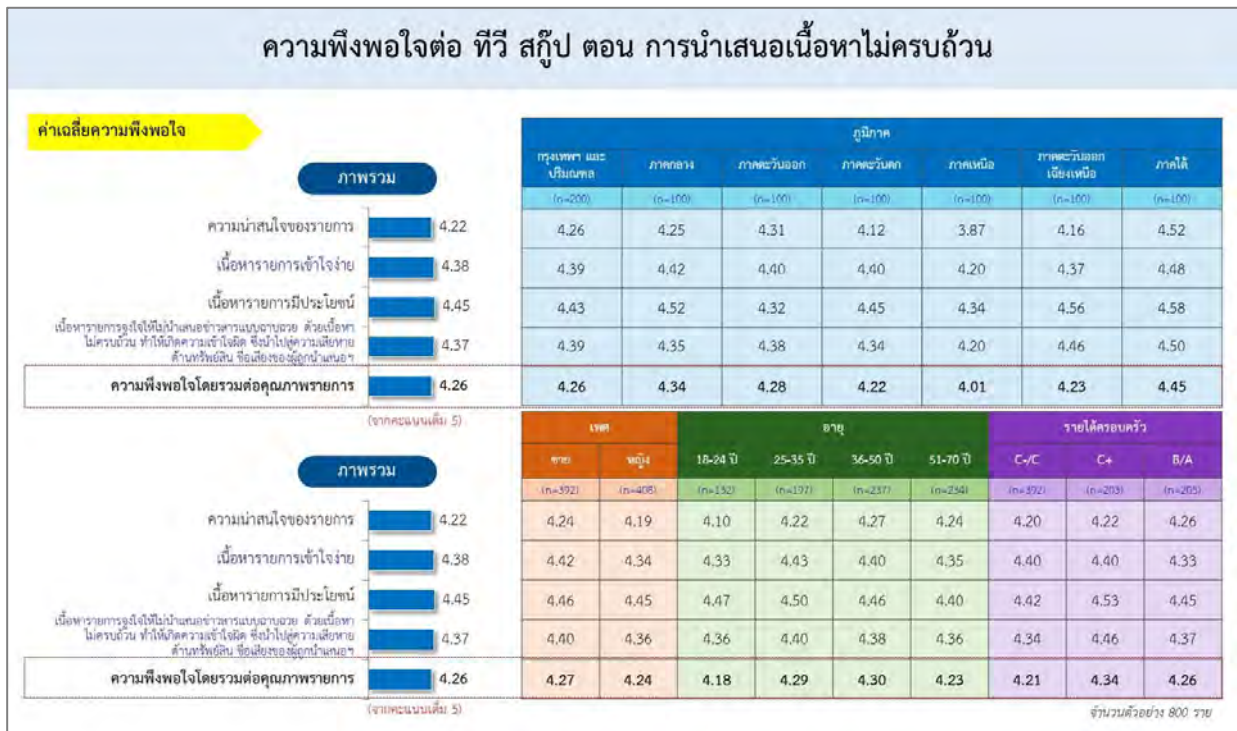


(จากคะแนนเต็ม 5)

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อนื้อหารรายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.45 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 89%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.22 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 84%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.45 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 89%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบคลุมที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



ความพึงพอใจต่อ ทวี สฤกษ์ ตอน การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



ตอน 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ

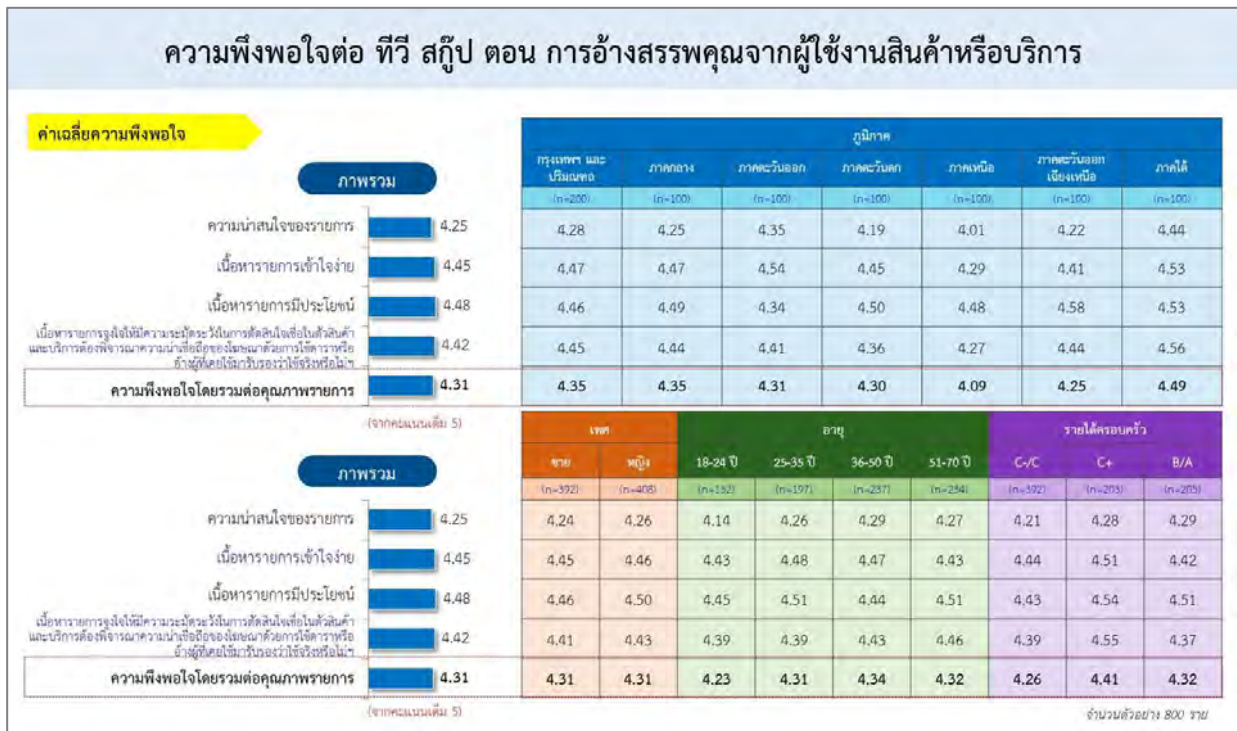
ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ทวี สฤกษ์ ตอน การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.31 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 86%

ความพึงพอใจต่อ ทวี สฤกษ์ ตอน การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ



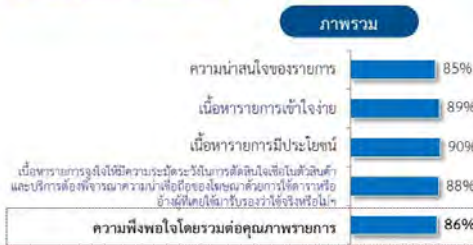
เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.48 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 90%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.25 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 85%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.49 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 90%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)



ความพึงพอใจต่อ ทวี สฤณี ตอน การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



ประเภท และ ปริมาณผล	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
(n=200)	(n=100)	(n=100)	(n=100)	(n=100)	(n=100)	(n=100)
	86%	85%	87%	84%	80%	84%
	89%	89%	91%	89%	86%	91%
	89%	90%	87%	90%	90%	91%
	89%	89%	88%	87%	85%	91%
	87%	87%	86%	86%	82%	90%



เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย	หญิง	18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+	B/A
(n=392)	(n=408)	(n=130)	(n=197)	(n=237)	(n=234)	(n=370)	(n=403)	(n=203)
85%	85%	83%	85%	86%	85%	84%	86%	86%
89%	89%	89%	90%	89%	89%	89%	90%	88%
89%	90%	89%	90%	89%	90%	89%	91%	90%
88%	89%	88%	88%	89%	89%	88%	91%	87%
86%	86%	85%	86%	87%	86%	85%	88%	86%

จำนวนตัวอย่าง 800 ราย

4.3 การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ”

ตอนที่ 1 รู้เสฟสื่อโฆษณาอย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ?

แขกรับเชิญ หมอแล็บ แพนด้า –ทพ. ภาคภูมิ เดชหัสดิน

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ เจาะใจ ตอน รู้เสฟสื่อโฆษณาอย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.32 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 86%

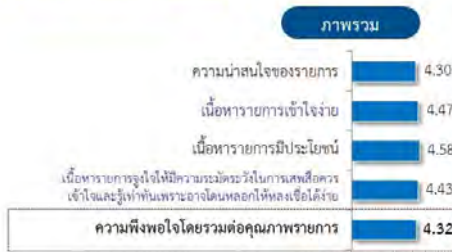


เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.58 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 92%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.30 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 86%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.62 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 92%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

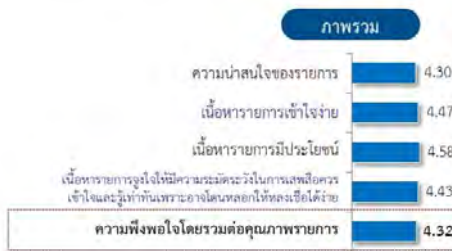
ความพึงพอใจต่อรายการเจาะใจ ตอน รู้เสฟสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ



(จากคะแนนเต็ม 5)

กลุ่มเพศ และ บริเวณเขต	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
(n=86)	(n=42)	(n=43)	(n=42)	(n=43)	(n=43)	(n=42)
	4.26	4.57	4.30	4.28	4.09	4.53
	4.43	4.67	4.44	4.47	4.33	4.63
	4.51	4.83	4.35	4.67	4.51	4.63
	4.42	4.69	4.26	4.53	4.26	4.35
	4.22	4.62	4.19	4.35	4.23	4.49



(จากคะแนนเต็ม 5)

เพศ	อายุ				รายได้ครอบครัว				
	ชาย	หญิง	18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+	B/A
(n=167)	(n=176)	(n=56)	(n=88)	(n=97)	(n=102)	(n=168)	(n=98)	(n=77)	
	4.31	4.30	4.25	4.34	4.33	4.27	4.20	4.39	4.42
	4.47	4.47	4.54	4.41	4.46	4.49	4.43	4.53	4.47
	4.62	4.53	4.66	4.50	4.55	4.63	4.54	4.64	4.57
	4.41	4.45	4.46	4.44	4.37	4.45	4.40	4.50	4.39
	4.32	4.31	4.30	4.33	4.31	4.32	4.25	4.43	4.32

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ความพึงพอใจต่อรายการเจาะใจ ตอน รู้เสฟสื่ออย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กลุ่มเพศ และ บริเวณเขต	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
(n=86)	(n=42)	(n=43)	(n=42)	(n=43)	(n=43)	(n=42)
	85%	91%	86%	86%	82%	83%
	89%	93%	89%	89%	87%	87%
	90%	97%	87%	93%	90%	92%
	88%	94%	85%	91%	85%	87%
	84%	92%	84%	87%	85%	90%

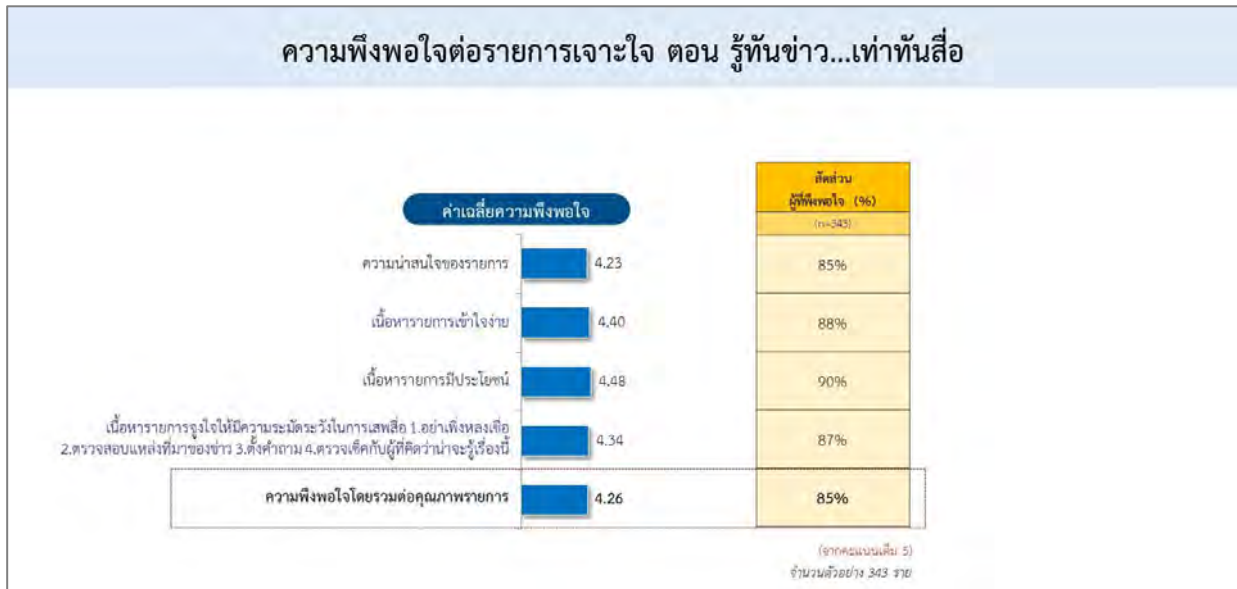


เพศ	อายุ				รายได้ครอบครัว				
	ชาย	หญิง	18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+	B/A
(n=167)	(n=176)	(n=56)	(n=88)	(n=97)	(n=102)	(n=168)	(n=98)	(n=77)	
	86%	86%	85%	87%	87%	85%	84%	88%	88%
	89%	89%	91%	88%	89%	90%	89%	91%	89%
	92%	91%	93%	90%	91%	93%	91%	93%	91%
	88%	89%	89%	89%	87%	89%	88%	90%	88%
	86%	86%	86%	87%	86%	86%	85%	89%	86%

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ตอนที่ 2 รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ “แฮกรับเชิญ สุทธิชัย หยุ่น”

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ **เจาะใจ ตอน รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ** ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.26 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 85%



เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.48 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 90%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.23 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 85%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ และภาคตะวันออก มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.42, 4.38 ตามลำดับ สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 88% เท่ากัน) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

ความพึงพอใจต่อรายการเจาะใจ ตอน รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ



กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล (n=86)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=43)	ภาคตะวันออก (n=42)	ภาคตะวันตก (n=43)	ภาคเหนือ (n=43)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=43)	ภาคใต้ (n=43)
4.24	4.23	4.36	4.16	4.00	4.09	4.49
4.43	4.35	4.69	4.30	4.26	4.21	4.53
4.51	4.53	4.45	4.40	4.47	4.40	4.53
4.29	4.42	4.43	4.23	4.30	4.28	4.44
4.26	4.35	4.38	4.14	4.19	4.07	4.42



เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย (n=142)	หญิง (n=194)	18-24 ปี (n=57)	25-35 ปี (n=90)	36-50 ปี (n=99)	51-70 ปี (n=97)	C-/C (n=180)	C+ (n=79)	B/A (n=84)
4.19	4.26	4.18	4.17	4.34	4.20	4.13	4.35	4.32
4.35	4.44	4.32	4.31	4.54	4.39	4.29	4.48	4.56
4.44	4.50	4.44	4.43	4.56	4.45	4.43	4.57	4.49
4.36	4.32	4.18	4.29	4.45	4.35	4.28	4.41	4.39
4.24	4.27	4.18	4.17	4.41	4.23	4.17	4.39	4.31

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ความพึงพอใจต่อรายการเจาะใจ ตอน รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล (n=86)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=43)	ภาคตะวันออก (n=42)	ภาคตะวันตก (n=43)	ภาคเหนือ (n=43)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=43)	ภาคใต้ (n=43)
85%	85%	87%	83%	80%	82%	90%
89%	87%	94%	86%	85%	84%	91%
90%	91%	89%	88%	89%	88%	91%
86%	88%	89%	85%	86%	86%	89%
85%	87%	88%	83%	84%	81%	88%

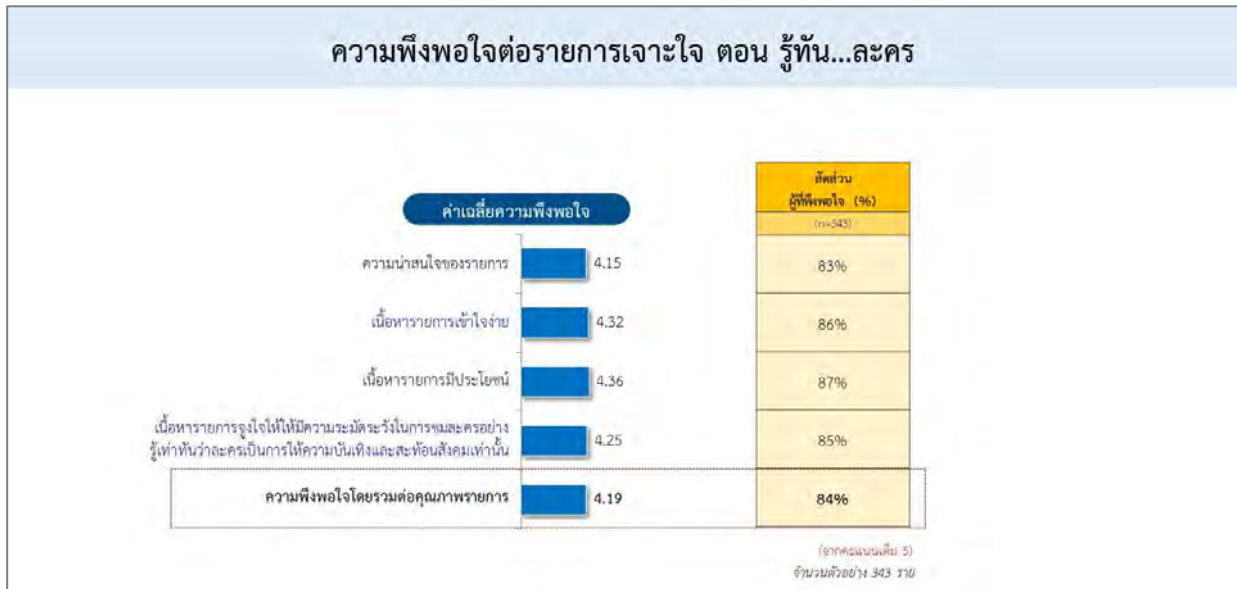


เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย (n=142)	หญิง (n=194)	18-24 ปี (n=57)	25-35 ปี (n=90)	36-50 ปี (n=99)	51-70 ปี (n=97)	C-/C (n=180)	C+ (n=79)	B/A (n=84)
84%	85%	84%	83%	87%	84%	83%	87%	86%
87%	89%	86%	86%	91%	88%	86%	90%	91%
89%	90%	89%	89%	91%	89%	89%	91%	90%
87%	86%	84%	86%	89%	87%	86%	88%	88%
85%	85%	84%	83%	88%	85%	83%	88%	86%

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ตอนที่ 3 รู้ทัน...ละคร “แซกรับเชิญ สันต์ ศรีแก้วหล่อ”

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ **เจาะใจ ตอน รู้ทัน...ละคร** ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.19 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ เท่ากับ 84%



เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.36 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 87%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.15 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 83%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.44 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 89%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

ความพึงพอใจต่อรายการเจาะใจ ตอน รู้ทัน...ละคร

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ



กรุงเทพมหานคร	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคใต้	
4.16	4.26	4.28	4.02	3.84	4.07	4.42
4.34	4.37	4.44	4.26	4.07	4.21	4.53
4.41	4.51	4.33	4.33	4.21	4.35	4.35
4.27	4.28	4.37	4.17	4.02	4.26	4.40
4.20	4.26	4.23	4.14	3.95	4.07	4.44

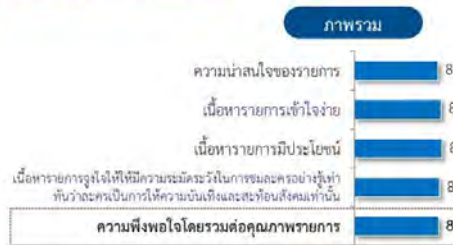


เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย	หญิง	18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+	B/A
4.10	4.20	4.22	4.11	4.07	4.23	4.08	4.27	4.17
4.28	4.36	4.43	4.23	4.27	4.38	4.26	4.41	4.35
4.28	4.44	4.48	4.34	4.38	4.29	4.33	4.47	4.32
4.18	4.33	4.43	4.22	4.24	4.20	4.22	4.39	4.17
4.15	4.22	4.31	4.11	4.14	4.23	4.12	4.32	4.19

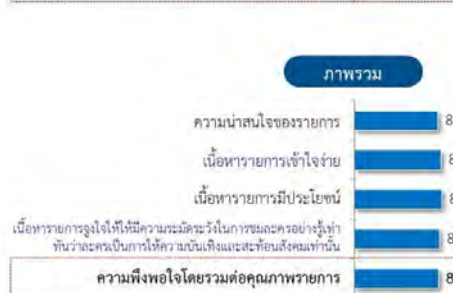
จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ความพึงพอใจต่อรายการเจาะใจ ตอน รู้ทัน...ละคร

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพมหานคร	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคใต้	
83%	85%	86%	80%	77%	81%	88%
87%	87%	89%	85%	81%	84%	91%
88%	90%	87%	87%	84%	87%	87%
85%	86%	87%	83%	80%	85%	88%
84%	85%	85%	83%	79%	81%	89%

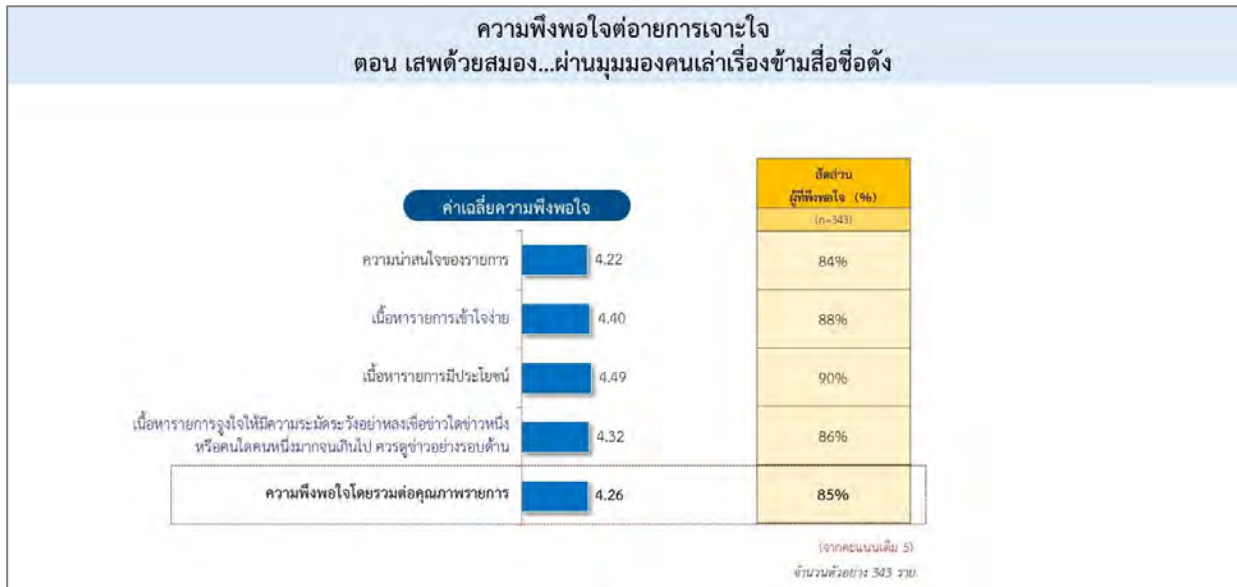


เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย	หญิง	18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+	B/A
82%	84%	84%	82%	81%	85%	82%	85%	83%
86%	87%	89%	85%	85%	88%	85%	88%	87%
86%	89%	90%	87%	88%	86%	87%	89%	86%
84%	87%	89%	84%	85%	84%	84%	88%	83%
83%	84%	86%	82%	83%	85%	82%	86%	84%

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ตอนที่ 4 เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง “แซกรับเชิญ จี๊ด ธิมะ กาญจไพริน”

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ เจาะใจ ตอน เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.26 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 85%



เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ ที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.49 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 90%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.22 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 84%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ และภาคกลาง มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 87% เท่ากัน) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

ความพึงพอใจต่อการเจาะใจ
ตอน เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ



กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (n=86)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=43)	ภาคตะวันออก (n=43)	ภาคตะวันตก (n=43)	ภาคเหนือ (n=42)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=43)	ภาคใต้ (n=43)
4.24	4.28	4.19	4.19	4.05	4.23	4.37
4.36	4.47	4.60	4.30	4.21	4.35	4.51
4.58	4.58	4.35	4.51	4.33	4.44	4.51
4.34	4.37	4.23	4.33	4.19	4.37	4.42
4.28	4.33	4.26	4.26	4.10	4.28	4.33

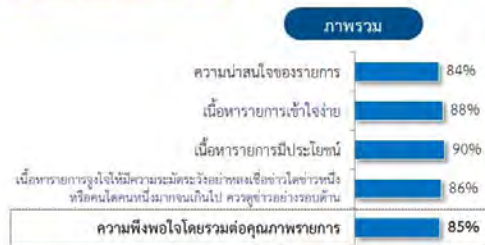


เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย (n=163)	หญิง (n=180)	18-24 ปี (n=57)	25-35 ปี (n=85)	36-50 ปี (n=100)	51-70 ปี (n=103)	C-/C (n=180)	C+ (n=25)	B/A (n=68)
4.22	4.23	4.37	4.22	4.15	4.22	4.11	4.40	4.29
4.39	4.40	4.53	4.36	4.41	4.34	4.28	4.57	4.46
4.50	4.48	4.47	4.51	4.51	4.46	4.43	4.56	4.54
4.33	4.32	4.49	4.30	4.26	4.31	4.22	4.51	4.35
4.26	4.27	4.42	4.25	4.19	4.25	4.13	4.46	4.32

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ความพึงพอใจต่อการเจาะใจ
ตอน เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (n=86)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=43)	ภาคตะวันออก (n=43)	ภาคตะวันตก (n=43)	ภาคเหนือ (n=42)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=43)	ภาคใต้ (n=43)
85%	86%	84%	84%	81%	85%	87%
87%	89%	92%	86%	84%	87%	90%
92%	92%	87%	90%	87%	89%	90%
87%	87%	85%	87%	84%	87%	88%
86%	87%	85%	85%	82%	86%	87%



เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย (n=163)	หญิง (n=180)	18-24 ปี (n=57)	25-35 ปี (n=85)	36-50 ปี (n=100)	51-70 ปี (n=103)	C-/C (n=180)	C+ (n=25)	B/A (n=68)
84%	85%	87%	84%	83%	84%	82%	88%	86%
88%	88%	91%	87%	88%	87%	86%	91%	89%
90%	90%	89%	90%	90%	89%	89%	91%	91%
87%	86%	90%	86%	85%	86%	84%	90%	87%
85%	85%	88%	85%	84%	85%	83%	89%	86%

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

4.4 การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective”

ตอนที่ 1 แขกรับเชิญ คุณจ๋อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ - Cat Radio เป็นสถานีวิทยุออนไลน์ ที่เน้นเปิดเพลงไทยสากล และเพลงสากลนอกระแส เป็นผู้บริหารโรงภาพยนตร์เฮ้าส์ อาร์ซีเอ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ Perspective แขกรับเชิญ จ๋อง พงศ์นรินทร์ อุลิศ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 3.98 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 80%

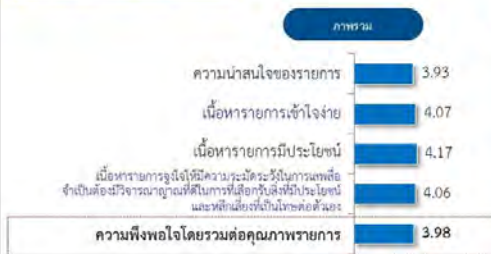


เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.17 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 83%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.93 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 79%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.49 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 90%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบคลุมที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

ความพึงพอใจต่อรายการ Perspective คุณจ๋อง พงศ์รินทร์ อุลิศ

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ



(จากคะแนนเต็ม 5)



(จากคะแนนเต็ม 5)

กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล (n=86)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=43)	ภาคตะวันออก (n=43)	ภาคตะวันตก (n=43)	ภาคเหนือ (n=43)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=42)	ภาคใต้ (n=43)
4.00	3.81	4.30	3.53	3.70	3.69	4.37
4.16	3.88	4.51	3.65	3.72	3.81	4.63
4.23	4.14	4.33	3.93	3.91	4.00	4.60
4.16	3.93	4.33	3.79	3.77	3.76	4.53
4.01	3.91	4.33	3.58	3.74	3.76	4.49

เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย (n=161)	หญิง (n=182)	18-24 ปี (n=57)	25-35 ปี (n=87)	36-50 ปี (n=100)	51-70 ปี (n=99)	C-/C (n=184)	C+ (n=89)	B/A (n=70)
3.93	3.92	3.89	4.01	3.90	3.90	3.84	3.96	4.11
4.07	4.07	4.07	4.15	3.99	4.07	3.96	4.19	4.20
4.12	4.21	4.14	4.28	4.10	4.17	4.11	4.26	4.23
4.06	4.05	4.00	4.10	4.02	4.08	3.96	4.22	4.10
3.98	3.98	3.89	4.02	3.97	4.00	3.85	4.12	4.14

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ความพึงพอใจต่อรายการ Perspective คุณจ๋อง พงศ์รินทร์ อุลิศ

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



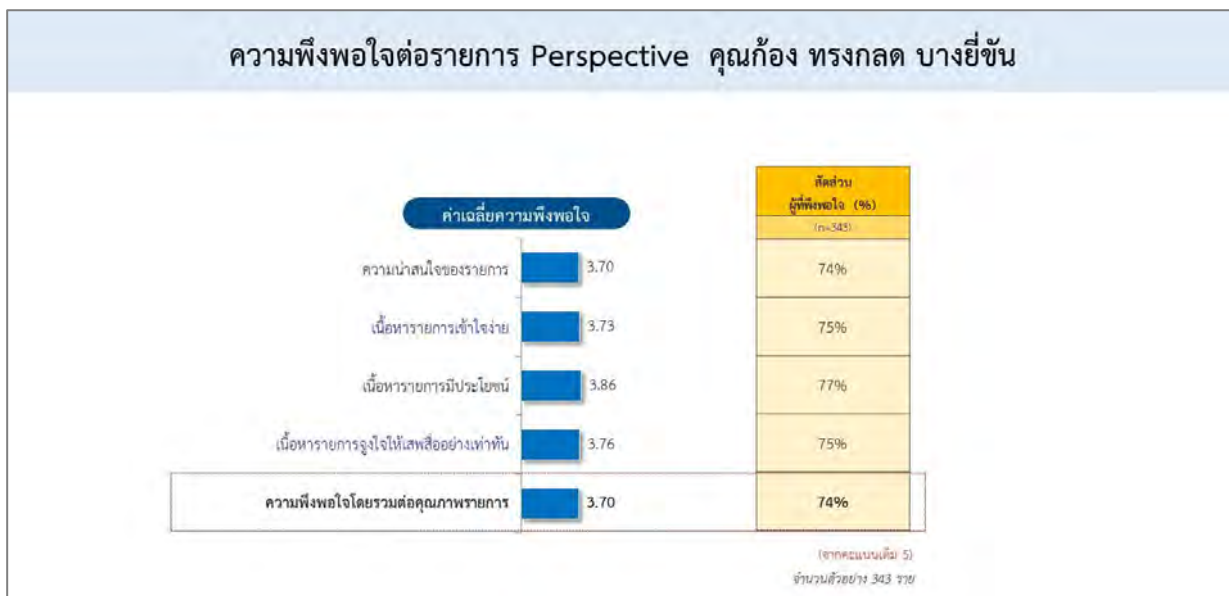
กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล (n=86)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=43)	ภาคตะวันออก (n=43)	ภาคตะวันตก (n=43)	ภาคเหนือ (n=43)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=42)	ภาคใต้ (n=43)
80%	76%	86%	71%	74%	74%	87%
83%	78%	90%	73%	74%	76%	93%
85%	83%	87%	79%	78%	80%	92%
83%	79%	87%	76%	75%	75%	91%
80%	78%	87%	72%	75%	75%	90%

เพศ		อายุ				รายได้ครอบครัว		
ชาย (n=161)	หญิง (n=182)	18-24 ปี (n=57)	25-35 ปี (n=87)	36-50 ปี (n=100)	51-70 ปี (n=99)	C-/C (n=184)	C+ (n=89)	B/A (n=70)
79%	78%	78%	80%	78%	78%	77%	79%	82%
81%	81%	81%	83%	80%	81%	79%	84%	84%
82%	84%	83%	86%	82%	83%	82%	85%	85%
81%	81%	80%	82%	80%	82%	79%	84%	82%
80%	80%	78%	80%	79%	80%	77%	82%	83%

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ตอนที่ 2 แกร็บเชิญ คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน อดีตบรรณาธิการนิตยสาร a day 10 กว่าปี และปัจจุบันเป็นบรรณาธิการสื่อคอนเทนต์ออนไลน์ The cloud ที่กำลังได้รับความนิยม

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ Perspective แกร็บเชิญ ก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 3.70 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 74%



เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.86 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 77%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.70 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 74%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.44 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 89%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

ความพึงพอใจต่อรายการ Perspective คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ



กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล (n=85)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=43)	ภาคตะวันออก (n=43)	ภาคตะวันตก (n=43)	ภาคเหนือ (n=43)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=43)	ภาคใต้ (n=43)
3.76	3.33	4.42	3.23	3.21	3.49	4.40
3.76	3.37	4.60	3.21	3.26	3.49	4.40
3.91	3.65	4.35	3.37	3.47	3.67	4.53
3.75	3.47	4.35	3.26	3.33	3.65	4.53
3.69	3.37	4.37	3.23	3.28	3.51	4.44



เพศ		อายุ				รายได้รวมครัว		
ชาย (n=153)	หญิง (n=190)	18-24 ปี (n=60)	25-35 ปี (n=86)	36-50 ปี (n=101)	51-70 ปี (n=96)	C-/C (n=177)	C+ (n=94)	B/A (n=72)
3.76	3.65	3.83	3.71	3.64	3.67	3.62	3.57	4.06
3.80	3.67	3.85	3.78	3.71	3.64	3.64	3.62	4.10
3.90	3.82	4.00	3.84	3.90	3.74	3.73	3.84	4.19
3.81	3.72	3.95	3.76	3.69	3.72	3.64	3.71	4.13
3.76	3.65	3.83	3.72	3.63	3.67	3.56	3.67	4.07

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ความพึงพอใจต่อรายการ Perspective คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล (n=85)	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง (n=43)	ภาคตะวันออก (n=43)	ภาคตะวันตก (n=43)	ภาคเหนือ (n=43)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=43)	ภาคใต้ (n=43)
75%	67%	88%	65%	64%	70%	88%
75%	67%	92%	64%	65%	70%	88%
78%	73%	87%	67%	69%	73%	91%
75%	69%	87%	65%	67%	73%	91%
74%	67%	87%	65%	66%	70%	89%

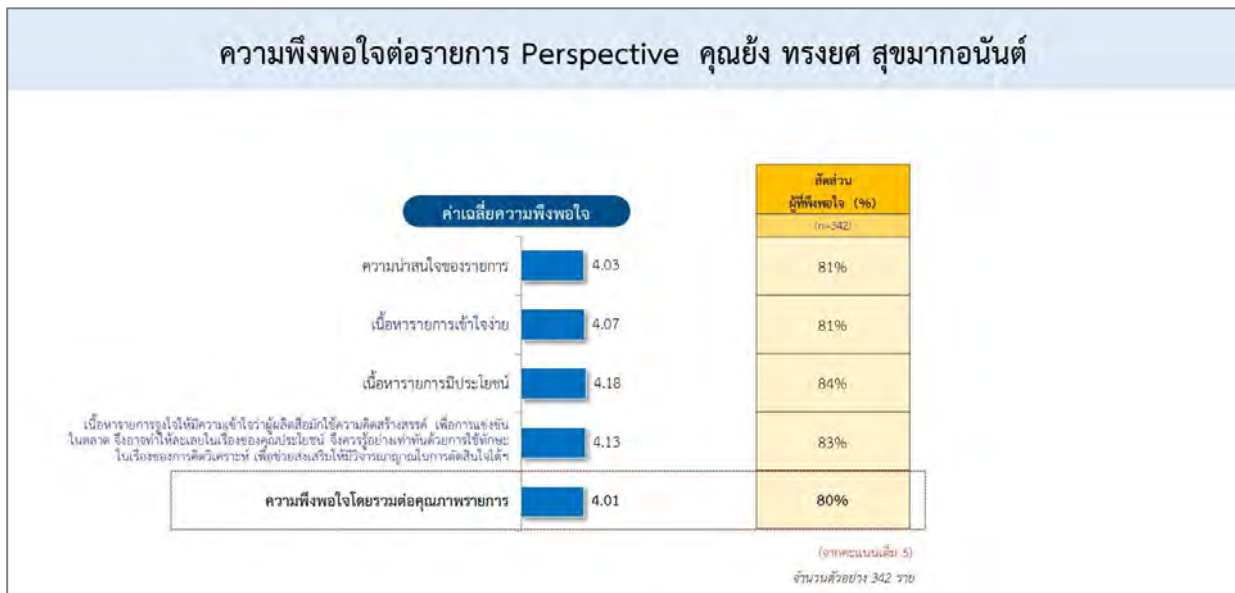


เพศ		อายุ				รายได้รวมครัว		
ชาย (n=153)	หญิง (n=190)	18-24 ปี (n=60)	25-35 ปี (n=86)	36-50 ปี (n=101)	51-70 ปี (n=96)	C-/C (n=177)	C+ (n=94)	B/A (n=72)
75%	73%	77%	74%	73%	73%	72%	71%	81%
76%	73%	77%	76%	74%	73%	73%	72%	82%
78%	76%	80%	77%	78%	75%	75%	77%	84%
76%	74%	79%	75%	74%	74%	73%	74%	83%
75%	73%	77%	74%	73%	73%	71%	73%	81%

จำนวนตัวอย่าง 343 ราย

ตอนที่ 3 แกร็บเชิญ คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายการฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ Perspective แกร็บเชิญ คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์ ด้วยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.01 (จากคะแนนเต็ม 5) มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจเท่ากับ 80%



เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในแต่ละประเด็นที่วัด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.18 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 84%) ส่วนความน่าสนใจของรายการ มีความพึงพอใจต่ำกว่าเรื่องอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.03 มีสัดส่วนของผู้ที่พึงพอใจ 81%)

ทั้งนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ผู้บริโภคในภาคใต้ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.48 สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ 90%) และเมื่อจำแนกตามภูมิภาคหลัง พบว่า เพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ และผู้ที่มีระดับรายได้ครอบครัวที่ต่างกัน มีสัดส่วนความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพรายการ ไม่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ)

ความพึงพอใจต่อรายการ Perspective คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ



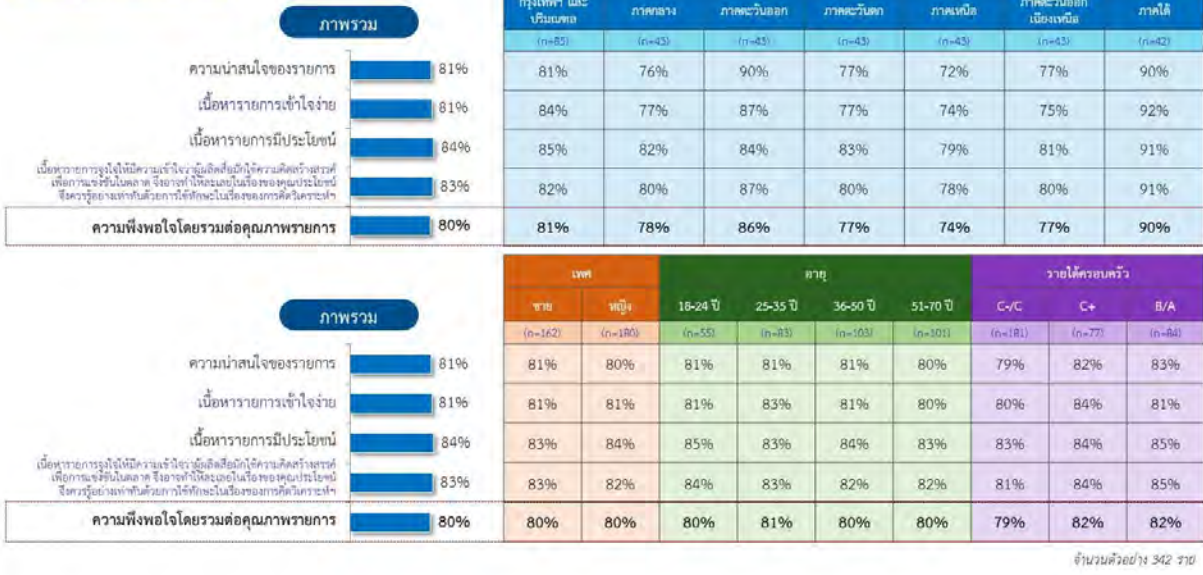
กรุงเทพมหานคร และ บริเวณเขต	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
(n=85)	(n=43)	(n=43)	(n=43)	(n=43)	(n=43)	(n=42)
4.07	3.81	4.49	3.86	3.60	3.86	4.50
4.20	3.86	4.37	3.86	3.70	3.77	4.60
4.24	4.09	4.21	4.14	3.95	4.05	4.57
4.12	3.98	4.37	4.00	3.91	4.00	4.57
4.04	3.91	4.28	3.86	3.70	3.84	4.48

เพศ	อายุ				รายได้ครอบครัว			
	ชาย	หญิง	18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+
(n=162)	(n=180)	(n=55)	(n=83)	(n=103)	(n=101)	(n=181)	(n=77)	(n=84)
4.04	4.02	4.04	4.07	4.04	3.99	3.97	4.08	4.13
4.07	4.07	4.05	4.16	4.06	4.01	4.01	4.19	4.07
4.17	4.20	4.24	4.14	4.20	4.17	4.13	4.22	4.27
4.16	4.11	4.20	4.16	4.12	4.09	4.06	4.18	4.24
4.02	4.01	4.02	4.06	3.98	4.01	3.94	4.08	4.12

จำนวนตัวอย่าง 342 ราย

ความพึงพอใจต่อรายการ Perspective คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์

สัดส่วนผู้ที่พึงพอใจ (%)



กรุงเทพมหานคร และ บริเวณเขต	ภูมิภาค					
	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
(n=85)	(n=43)	(n=43)	(n=43)	(n=43)	(n=43)	(n=42)
81%	76%	90%	77%	72%	77%	90%
84%	77%	87%	77%	74%	75%	92%
85%	82%	84%	83%	79%	81%	91%
82%	80%	87%	80%	78%	80%	91%
81%	78%	86%	77%	74%	77%	90%

เพศ	อายุ				รายได้ครอบครัว			
	ชาย	หญิง	18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+
(n=162)	(n=180)	(n=55)	(n=83)	(n=103)	(n=101)	(n=181)	(n=77)	(n=84)
81%	80%	81%	81%	81%	80%	79%	82%	83%
81%	81%	81%	83%	81%	80%	80%	84%	81%
83%	84%	85%	83%	84%	83%	83%	84%	85%
83%	82%	84%	83%	82%	82%	81%	84%	85%
80%	80%	80%	81%	80%	80%	79%	82%	82%

จำนวนตัวอย่าง 342 ราย

สรุปผล : การประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพรายการโดยรวม พบว่าแต่ละประเภทรายการที่ประเมิน มีสัดส่วนความพึงพอใจ สูงเกินกว่าร้อยละ 70 ขึ้นไป (74-87%) ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแต่ละประเภทรายการอยู่ระหว่าง 3.70-4.37 โดยเนื้อหารายการที่มีประโยชน์ เป็นประเด็นที่มีผู้พึงพอใจสูงกว่าประเด็นอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์จากเรื่องราวที่รายการต้องการนำเสนอ

5. ข้อเสนอแนะต่อรายการฯ

5.1 รายการสารคดีชุด ‘รู้ทันสื่อ คือ ทางออก’

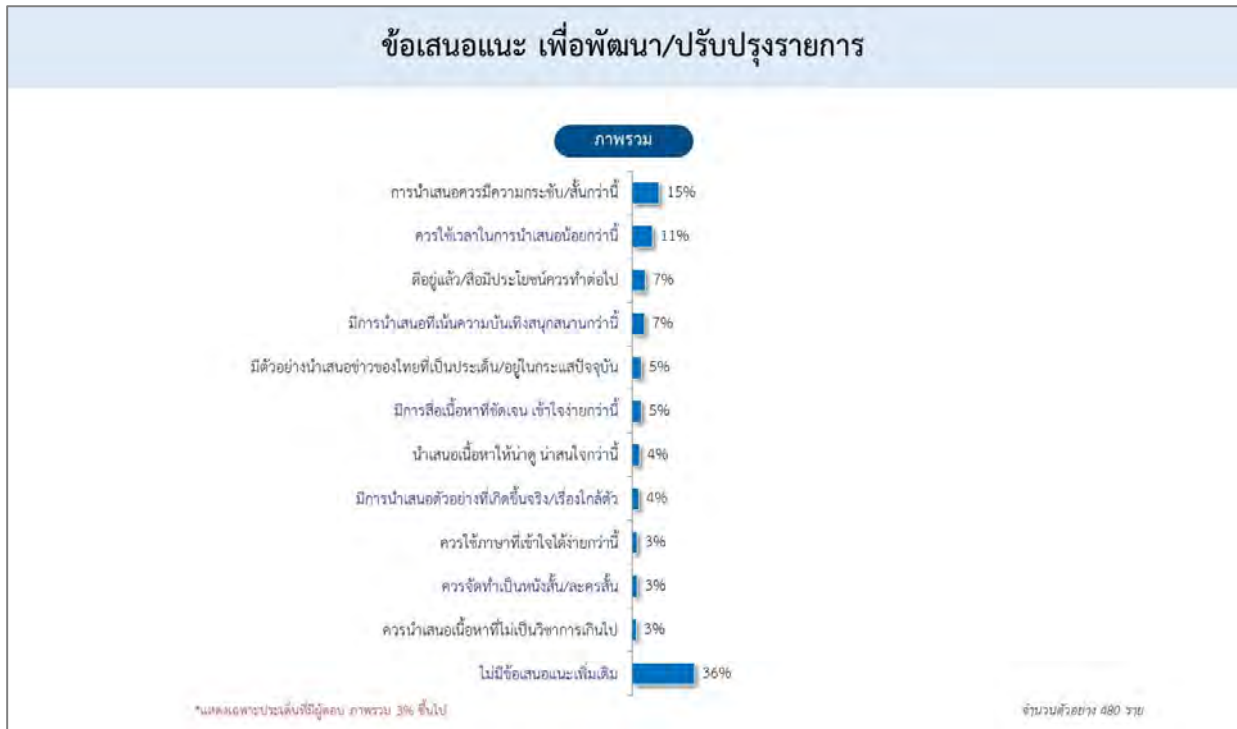
ตอนที่ 1 พลังของสื่อ

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ ควรมีการนำเสนอที่กระชับ/สั้น (20%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลงกว่านี้ (15%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนาน (8%) มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย (8%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (6%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



ตอนที่ 2 สื่อ นักบุญหรือซาตาน

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ ควรมีการนำเสนอที่กระชับ/สั้น (15%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลงกว่านี้ (11%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (7%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนาน (7%) ควรมีตัวอย่างนำเสนอข่าวของไทยที่เป็นประเด็น/อยู่ในกระแสปัจจุบัน (5%) ควรมีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



ตอนที่ 3 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (1)

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ ควรมีการนำเสนอที่กระชับ/สั้น (17%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลงกว่านี้ (15%) ควรมีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (11%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (9%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนาน (6%) นำเสนอเนื้อหาให้น่าดู น่าสนใจกว่านี้ (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



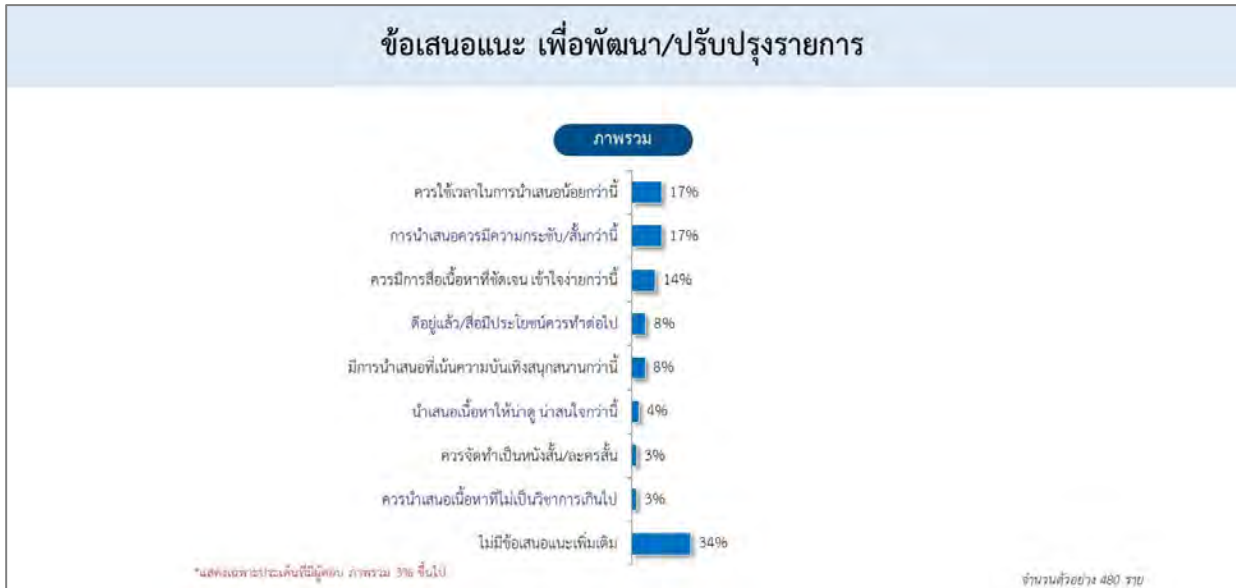
ตอนที่ 4 เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน (2)

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลง (19%) มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้นกว่านี้ (14%) ควรมีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (14%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (9%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนาน (7%) ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่ายกว่านี้ (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



ตอนที่ 5 คนนำสื่อ

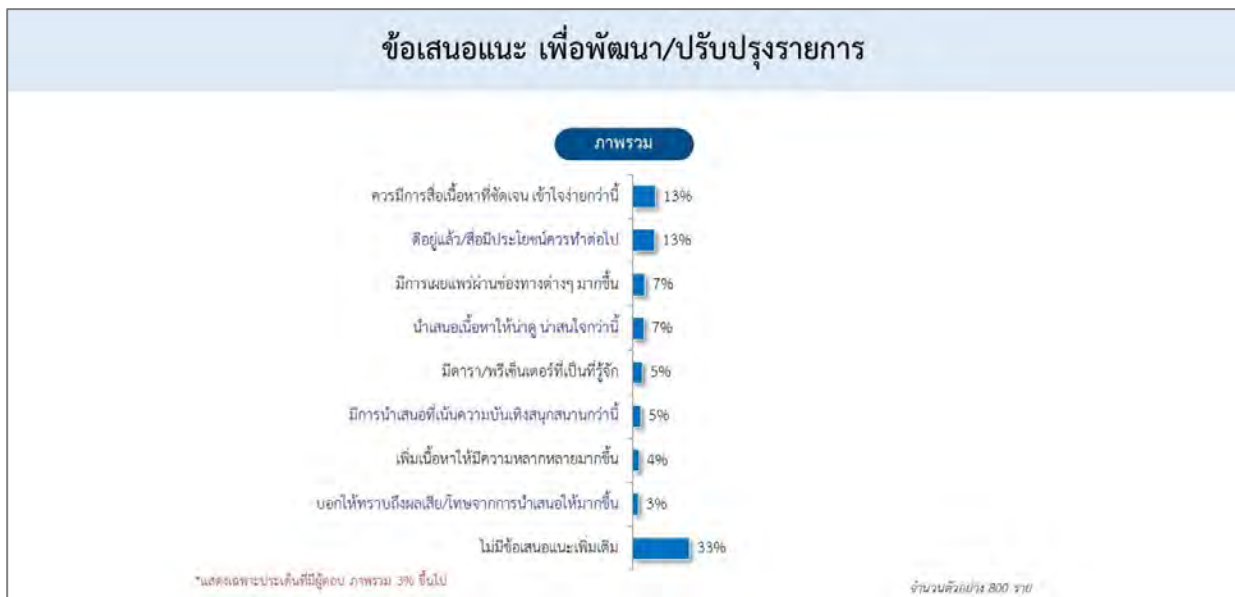
ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลง (17%) มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้นกว่านี้ (17%) ควรมีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (14%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (8%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนาน (8%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



5.2 ทวีร์ สกู๊ป (TV Scoop) ชุด เสพสื่ออย่างไรให้เท่าทัน

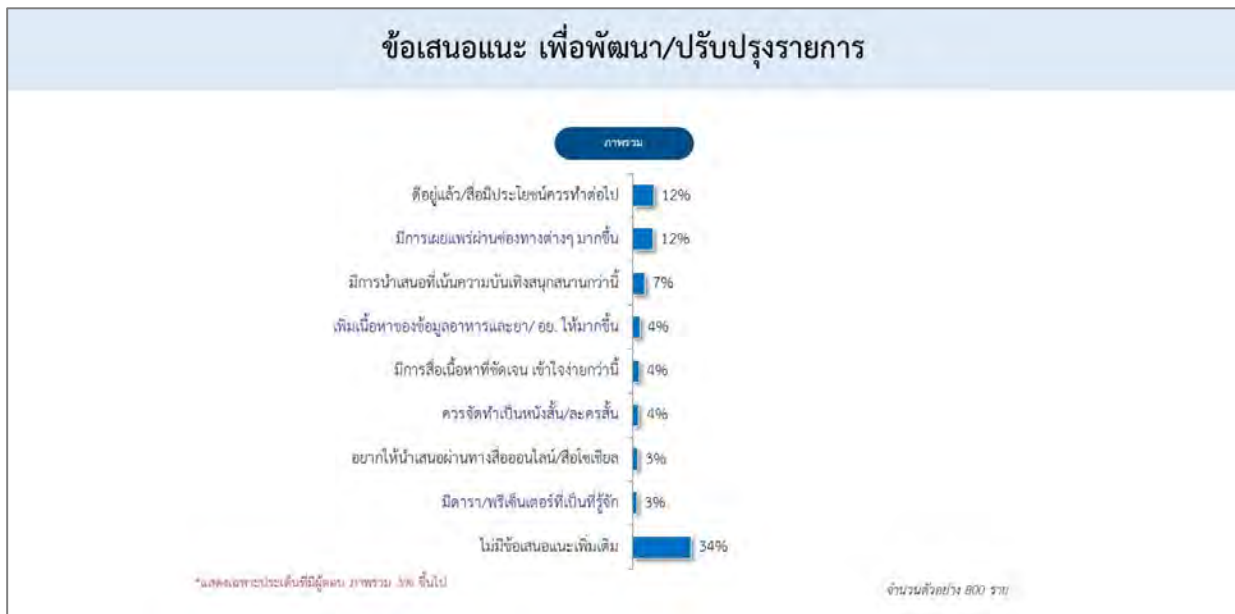
ตอน 1 เนียนโฆษณา

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้คือ ควรสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (13%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (13%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (7%) นำเสนอเนื้อหาให้น่าดู น่าสนใจกว่านี้ (7%) ใช้ดารา/พรีเซ็นเตอร์ที่เป็นที่รู้จัก (5%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



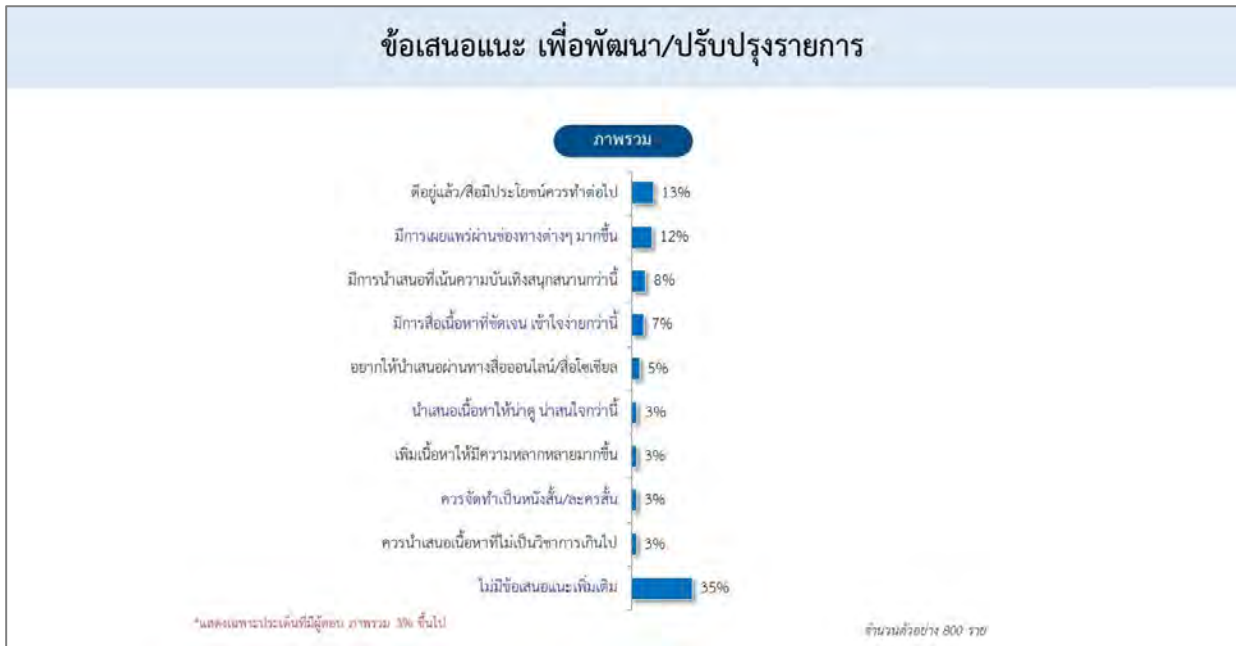
ตอน 2 โฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ รายการที่อยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ควรทำต่อไป (12%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (12%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (7%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



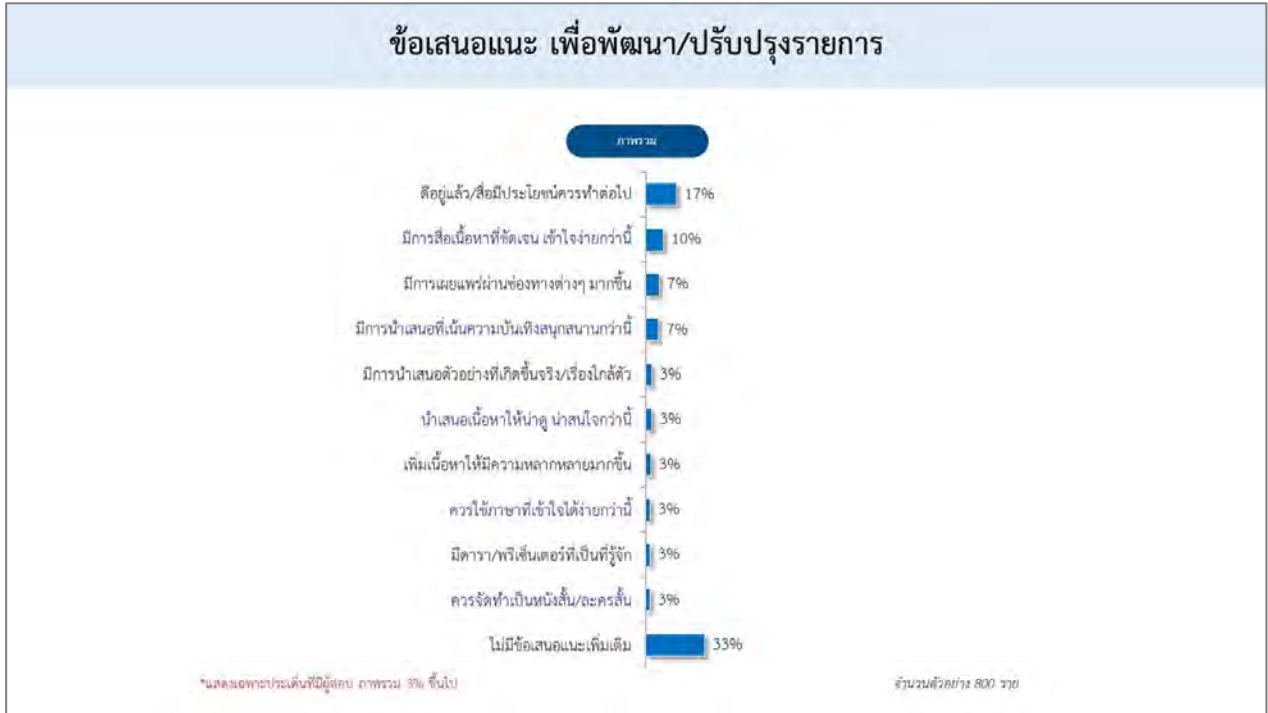
ตอน 3 ขำลวง

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ รายการที่อยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ควรทำต่อไป (13%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (12%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (8%) ควรสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (7%) นำเสนอผ่านทางสื่อออนไลน์/สื่อโซเชียล (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



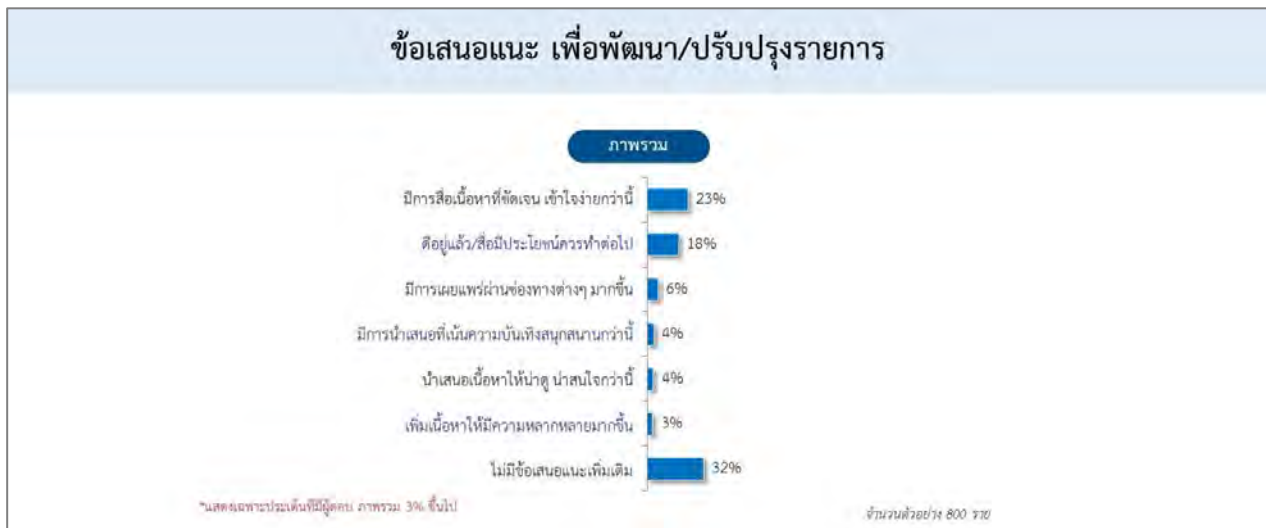
ตอน 4 เคาระห์หายหรือเพิ่มคาระห์

ผู้บริโภคมักข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ รายการที่อยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ควรทำต่อไป (17%) ควรสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (10%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (7%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (7%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



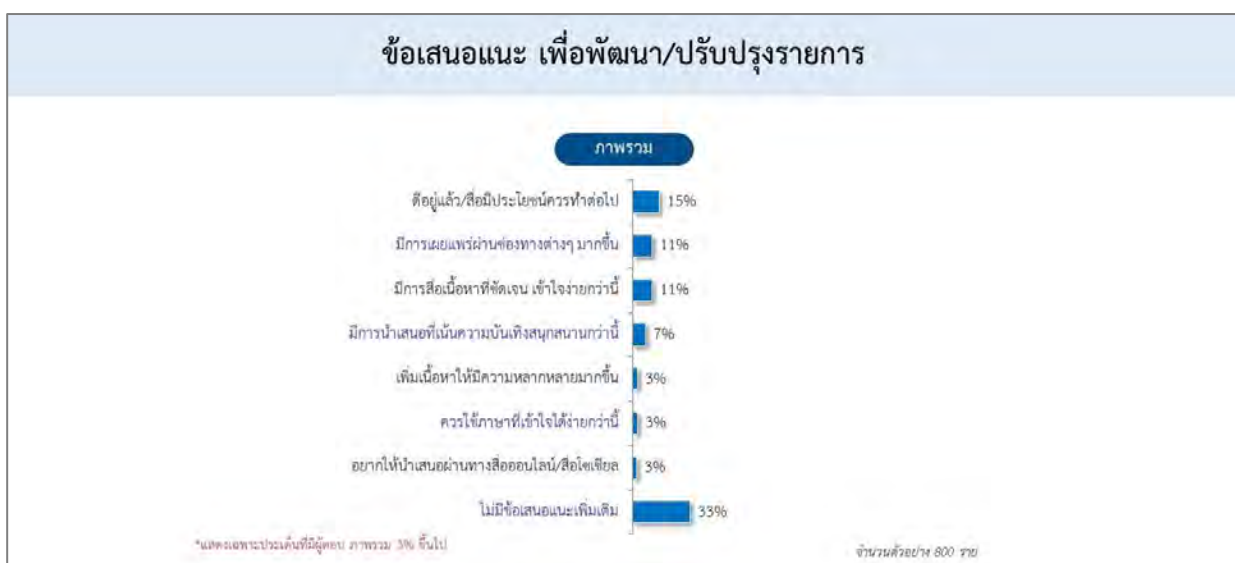
ตอน 5 เทคนิคในการรู้เท่าทันสื่อ

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ ควรสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (23%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (18%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (6%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



ตอน 6 สื่อกับการละเมิดสิทธิ

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (15%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (11%) ควรสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (11%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (7%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



ตอน 7 ความปลอดภัยในการใช้สื่อ

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นเรื่องต่อกันคือ รายการที่อยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ควรทำต่อไป (12%) ควรสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (7%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (7%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (6%) ใช้ดาราร/พรีเซ็นเตอร์ที่เป็นที่รู้จัก (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



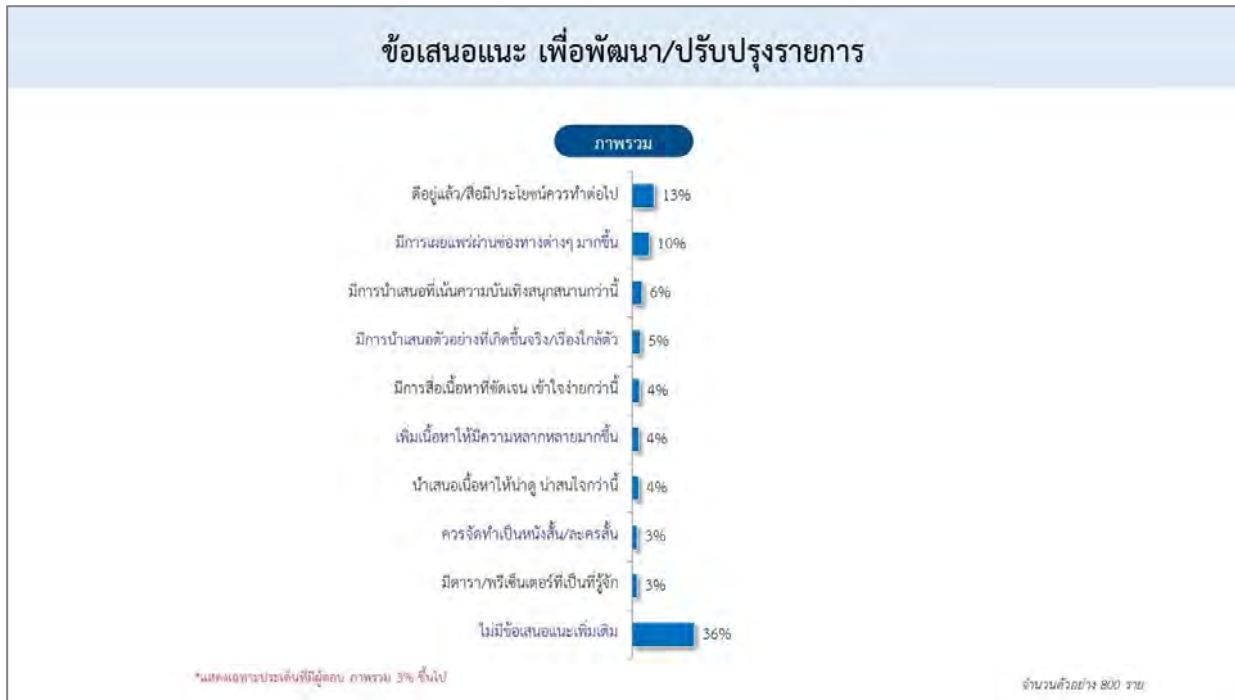
ตอน 8 การนำเสนอเนื้อหาไม่ครบถ้วน

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ รายการที่อยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ควรทำต่อไป (14%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (9%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (7%) ควรสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้ (6%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



ตอน 9 การอ้างสรรพคุณจากผู้ใช้งานสินค้าหรือบริการ

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ รายการที่อยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ควรทำต่อไป (13%) ควรเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (10%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (6%) มีการนำเสนอตัวอย่างที่เกิดขึ้นจริง/เรื่องใกล้ตัว (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึงไม่เกินร้อยละ 5



5.3 การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ”

ตอนที่ 1 รู้เสฟสื่อโฆษณาอย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อสินค้าไร้คุณภาพ?

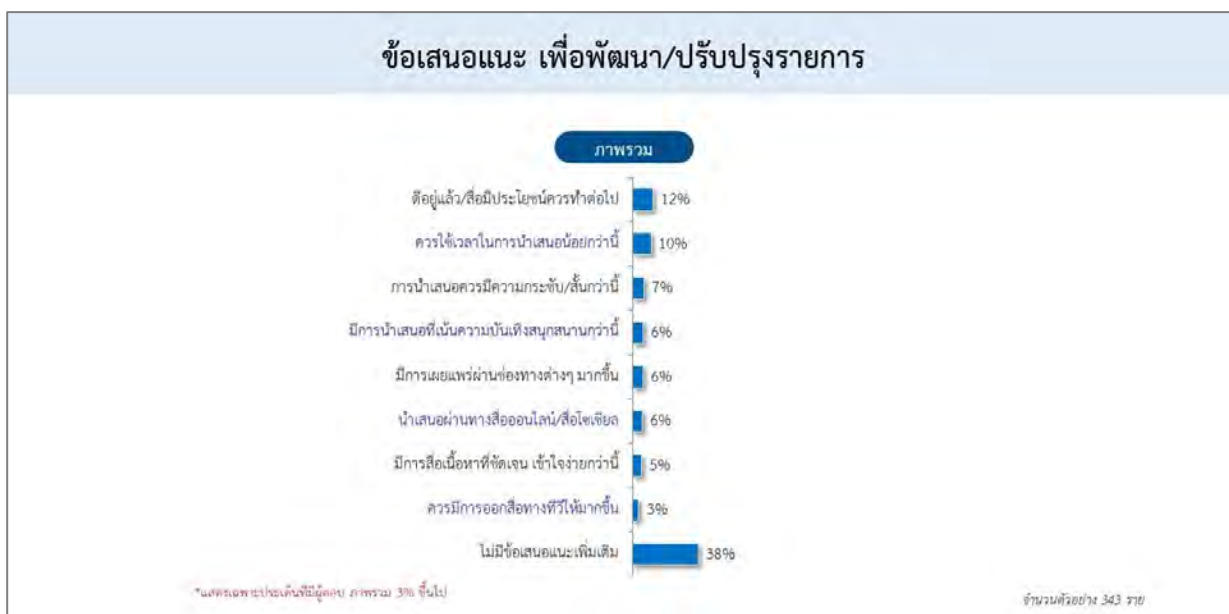
“แบกรับเชิญ หมอแล็บ แพนด้า –ทพ. ภาคภูมิ เดชหัสดิน”

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ รายการที่อยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ควรทำต่อไป (13%) มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้นกว่านี้ (8%) มีเผยแพร่/การออกสื่อทีวีให้มากขึ้น (7%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (7%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลง (6%) นำเสนอผ่านทางสื่อออนไลน์/โซเชียล (6%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



ตอนที่ 2 รู้ทันข่าว...เท่าทันสื่อ “แฮกรับเชิญ สุทธิชัย หยุ่น”

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ รายการที่อยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ควรทำต่อไป (12%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลง (10%) มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้นกว่านี้ (7%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (6%) มีการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (6%) นำเสนอผ่านทางสื่อออนไลน์/โซเชียล (6%) มีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



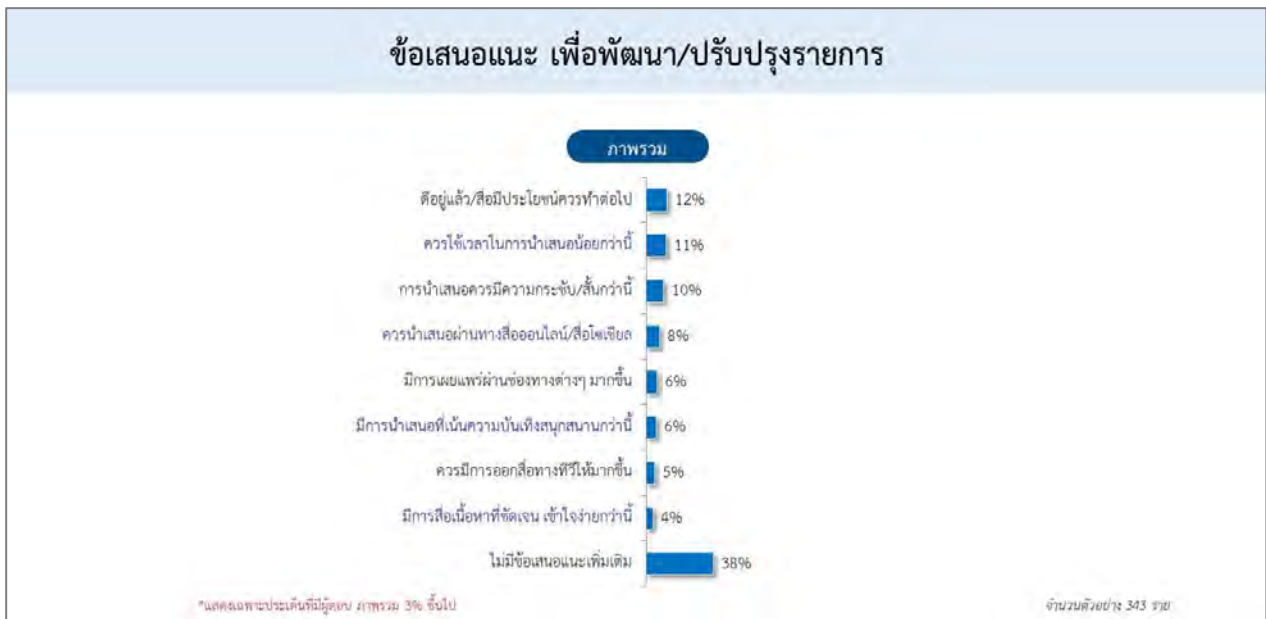
ตอนที่ 3 รู้ทัน...ละคร “แซกรับเชิญ สันต์ ศรีแก้วหล่อ”

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้นกว่านี้ (11%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (9%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลง (8%) มีการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (6%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (6%) มีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย (5%) นำเสนอผ่านทางสื่อออนไลน์/สื่อโซเชียล (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



ตอนที่ 4 เสพด้วยสมอง...ผ่านมุมมองคนเล่าเรื่องข้ามสื่อชื่อดัง “แซกรับเชิญ จี๊ด ธิมะ กาญจไพริน”

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็น รายการที่อยู่แล้ว/สื่อ มีประโยชน์ ควรทำต่อไป (12%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลง (11%) มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้นกว่านี้ (10%) นำเสนอผ่านทางสื่อออนไลน์/สื่อโซเชียล (8%) มีการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น (6%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (6%) มีการเผยแพร่/ออกสื่อทีวีให้มากขึ้น (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



5.4 การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective”

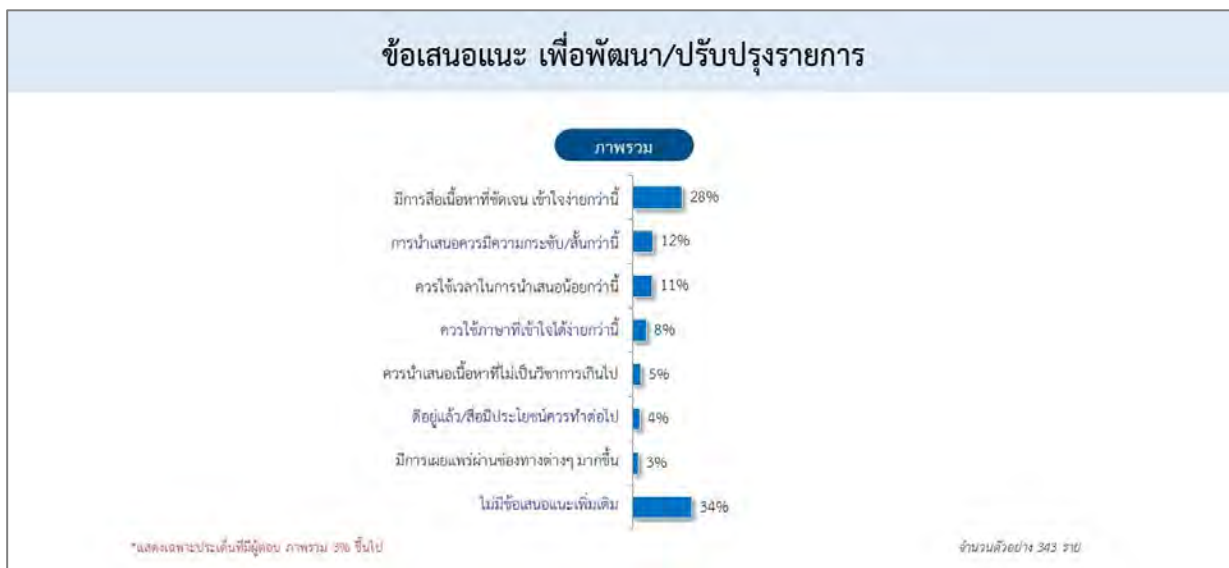
ตอนที่ 1 แกร็บเชิญ คุณจ๋อง พงศ์นรินทร์ อุลิต

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ มีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย (20%) มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้น (13%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลงกว่านี้ (11%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (7%) ควรใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย (5%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



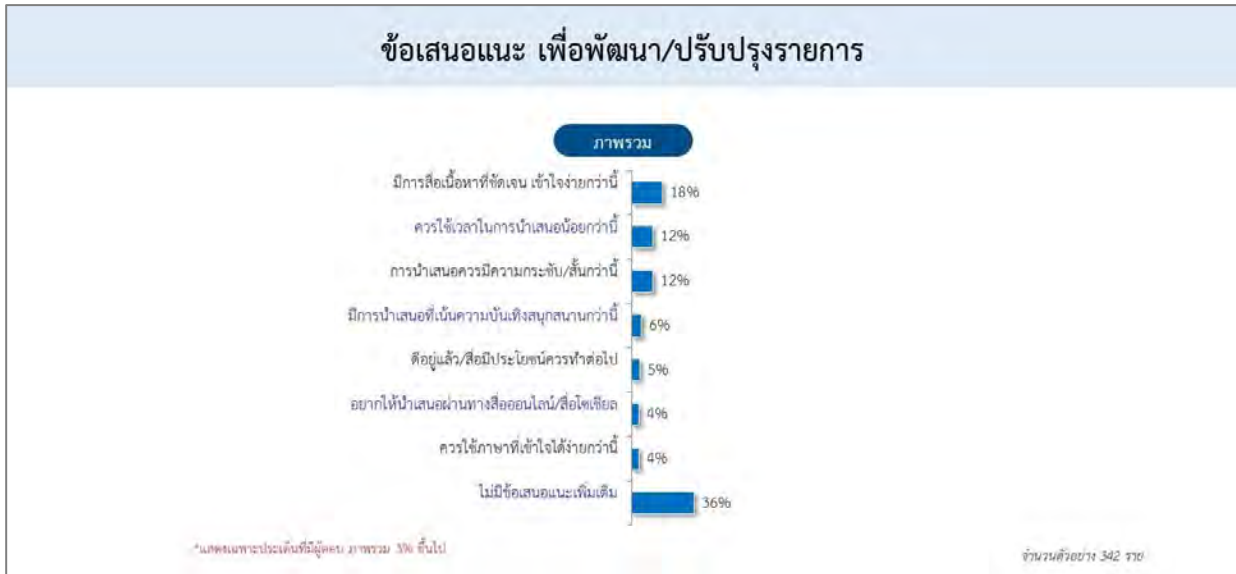
ตอนที่ 2 แกร็บเชิญ คุณก้อง ทรงกลด บางยี่ขัน

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้คือ มีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย (28%) มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้น (12%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลงกว่านี้ (11%) ควรใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย (8%) ควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เป็นวิชาการเกินไป (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



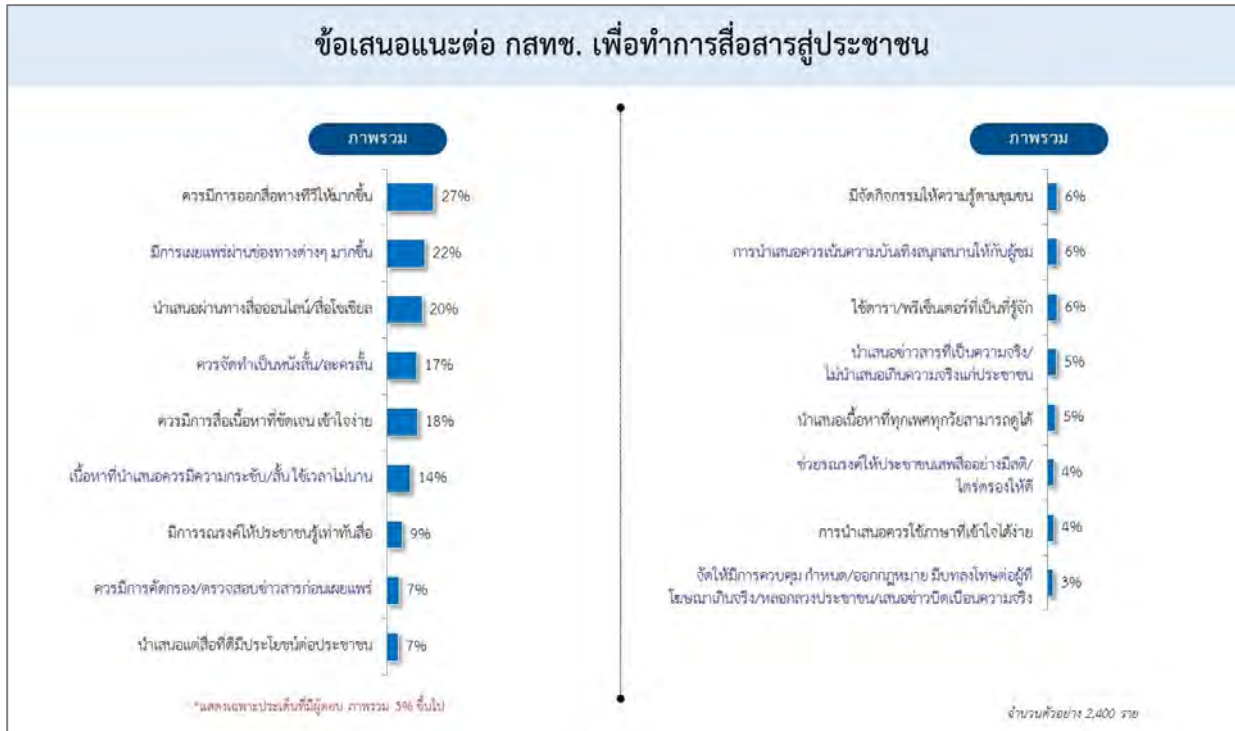
ตอนที่ 3 แกร็บเชิญ คุณยัง ทรงยศ สุขมากอนันต์

ผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงรายการฯ ในเรื่องต่อไปนี้เป็น การสื่อเนื้อหาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย (18%) ใช้เวลาในการนำเสนอให้น้อยลง (12%) มีการนำเสนอที่กระชับ/สั้นกว่านี้ (12%) การนำเสนอควรเน้นความบันเทิงสนุกสนานกว่านี้ (6%) รายการดีอยู่แล้ว/สื่อมีประโยชน์ ควรทำต่อไป (5%) ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผู้ที่ระบุถึง ไม่เกินร้อยละ 5



6. ข้อเสนอแนะต่อ กสทช. เพื่อทำการสื่อสารสู่ประชาชน

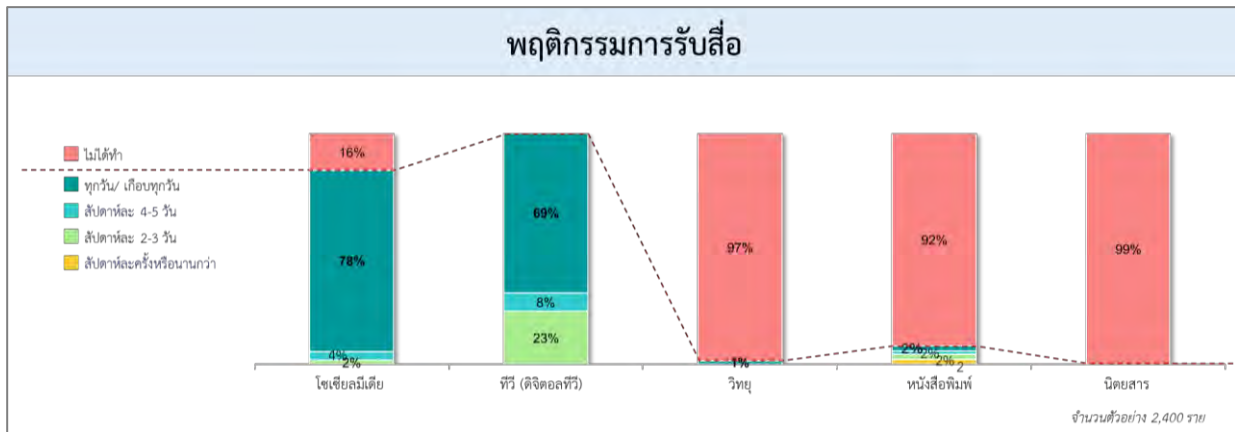
เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงความต้องการให้ กสทช. สื่อสารต่อประชาชนเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อ โดยให้มีการนำเสนอ/เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น ได้แก่ ทวีตสื่อออนไลน์/สื่อโซเชียล จัดทำรูปแบบนำเสนอเป็นแนวหนังสือ/ละครสั้น มีการสื่อเนื้อหาที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย เนื้อหาที่นำเสนอควรมีความกระชับ/สั้น ใช้เวลาไม่นาน นอกจากนี้ ต้องการให้มีการรณรงค์ให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อ นำเสนอแต่ข้อมูลข่าวสารที่ดี มีประโยชน์ มีการคัดกรอง/ตรวจสอบข่าวสารก่อนเผยแพร่ เป็นต้น



7. พฤติกรรมการรับสื่อและการใช้เวลาว่าง

7.1 พฤติกรรมการรับสื่อ

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ (84%) เล่นโซเชียลมีเดีย ซึ่งในจำนวนนี้ พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เล่นโซเชียลมีเดียบ่อยทุกวัน/เกือบทุกวัน (78%) โซเชียลมีเดียที่มีผู้เล่นมากที่สุด ได้แก่ LINE (91%) Facebook (88%) Youtube (77%) ตามลำดับ



การรับชมโทรทัศน์ (ดิจิทัลทีวี) ของผู้บริโภค พบว่า เป็นผู้ที่รับชมทุกวัน/เกือบทุกวัน (69%) สัปดาห์ละ 4-5 วัน (8%) สัปดาห์ละ 2-3 วัน (23%) โดยรายการที่มีผู้รับชม (เกินกว่าร้อยละ 10 ขึ้นไป) มีดังนี้ ข่าวช่อง 3 HD (ช่อง 33) ภาพยนตร์ต่างประเทศช่อง Mono 29 ข่าวช่อง 7 HD (ช่อง 35) ละครช่อง 3 HD (ช่อง 33) ละครช่อง One 31 ละครช่อง 7 HD (ช่อง 35) ละครหลังข่าวภาคค่ำช่อง 3 HD (ช่อง 33)

ผู้บริโภคเกือบทุกราย (97%) ไม่ได้ฟังวิทยุ ขณะที่ผู้บริโภคเพียงร้อยละ 3 ที่ฟังวิทยุ สถานีวิทยุที่ผู้บริโภครับฟัง ได้แก่ FM 107.00 (20%) สถานีท้องถิ่น (ต่างจังหวัด) (11%) FM 95.00 (10%) FM 106.50 (8%) FM 97.50 (7%) FM 99.00 (7%) และ จส 100 (5%)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ (92%) ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ ขณะที่ผู้บริโภคร้อยละ 8 ที่อ่านหนังสือพิมพ์ โดยผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ พบว่า อ่านไทยรัฐ (88%) และเดลินิวส์ (20%)

ผู้บริโภคเกือบทุกราย (99%) ไม่ได้อ่านนิตยสาร ขณะที่ผู้บริโภคเพียงร้อยละ 1 ที่อ่านนิตยสาร โดยผู้ที่อ่านนิตยสาร พบว่า อ่านทีวีพูล (22%) สูงสุด

7.2 การทำกิจกรรมยามว่าง

กิจกรรมยามว่างที่ผู้บริโภคนิยมทำเป็นประจำคือ เล่นโซเชียลมีเดีย เช่น Line Facebook Instagram Twitter (80%) ดูโทรทัศน์ (80%) ฟังเพลง (48%) เล่นอินเทอร์เน็ต (ท่องเว็บทั่วไป) (43%) ทำกิจกรรมกับครอบครัวที่บ้าน (40%) ทำอาหาร (28%) ออกกำลังกาย/เล่นกีฬา (27%) ทำสวน/ปลูกต้นไม้ (26%) ส่วนกิจกรรมอื่น ๆ มีผู้บริโภคทำเป็นประจำมีไม่เกินร้อยละ 20

การทำกิจกรรมยามว่าง								
กิจกรรม	ภาพรวม	ภูมิภาค						
		กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
	(n=2,400)	(n=400)	(n=300)	(n=300)	(n=300)	(n=300)	(n=300)	(n=300)
* เล่นโซเชียลมีเดีย เช่น Line Facebook Instagram Twitter	80%	83%	79%	74%	85%	85%	79%	73%
* ดูโทรทัศน์	80%	79%	73%	95%	75%	69%	76%	91%
* ฟังเพลง	48%	55%	48%	49%	43%	40%	44%	50%
* เล่นอินเทอร์เน็ต (ท่องเว็บทั่วไป)	43%	44%	46%	28%	45%	52%	45%	36%
* ทำกิจกรรมกับครอบครัวที่บ้าน	40%	41%	36%	32%	44%	49%	53%	27%
* ทำอาหาร	28%	30%	24%	32%	21%	19%	21%	42%
* ออกกำลังกาย/ เล่นกีฬา	27%	24%	25%	38%	33%	24%	24%	26%
* ทำสวน/ปลูกต้นไม้	26%	19%	26%	30%	25%	30%	27%	36%
* ดูหนัง	18%	22%	23%	23%	9%	14%	11%	23%
* รับประทานอาหารนอกบ้าน	18%	23%	11%	12%	22%	22%	23%	7%
* ตกแต่งบ้าน	17%	14%	18%	9%	19%	25%	25%	12%
* ซักเปีย	13%	15%	18%	9%	9%	14%	10%	14%
* ดูแลสัตว์เลี้ยง	12%	10%	10%	18%	11%	9%	7%	19%
* เกมส้อมพิวเตอร์/เกมออนไลน์	11%	9%	16%	14%	14%	13%	8%	6%
* อ่านหนังสือ	9%	6%	14%	2%	9%	10%	15%	9%
* เดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	6%	7%	4%	9%	2%	3%	3%	9%
* นอนพักผ่อน	5%	4%	7%	-	11%	8%	11%	-

จำนวนตัวอย่าง 2,400 ราย

การทำกิจกรรมยามว่าง										
กิจกรรม	ภาพรวม	เพศ		อายุ				รายได้ครัวเรือน		
		ชาย	หญิง	18-24 ปี	25-35 ปี	36-50 ปี	51-70 ปี	C-/C	C+	B/A
	(n=2,400)	(n=1,126)	(n=1,274)	(n=400)	(n=600)	(n=700)	(n=700)	(n=1,248)	(n=622)	(n=530)
* เล่นโซเชียลมีเดีย เช่น Line Facebook Instagram Twitter	80%	80%	80%	100%	97%	86%	48%	74%	85%	87%
* ดูโทรทัศน์	80%	79%	80%	65%	76%	81%	90%	79%	79%	83%
* ฟังเพลง	48%	49%	47%	69%	54%	45%	34%	49%	45%	49%
* เล่นอินเทอร์เน็ต (ท่องเว็บทั่วไป)	43%	44%	41%	71%	57%	43%	13%	37%	51%	45%
* ทำกิจกรรมกับครอบครัวที่บ้าน	40%	39%	42%	10%	31%	44%	62%	46%	37%	32%
* ทำอาหาร	28%	11%	42%	3%	16%	33%	46%	31%	26%	22%
* ออกกำลังกาย/ เล่นกีฬา	27%	40%	16%	30%	31%	23%	27%	24%	27%	36%
* ทำสวน/ปลูกต้นไม้	26%	30%	24%	2%	13%	26%	52%	29%	23%	24%
* ดูหนัง	18%	21%	16%	39%	19%	17%	7%	19%	16%	18%
* รับประทานอาหารนอกบ้าน	18%	21%	15%	14%	21%	20%	15%	19%	17%	15%
* ตกแต่งบ้าน	17%	13%	21%	2%	12%	18%	28%	16%	19%	18%
* ซักเปีย	13%	7%	19%	21%	15%	13%	6%	14%	13%	11%
* ดูแลสัตว์เลี้ยง	12%	13%	10%	7%	7%	10%	20%	13%	10%	11%
* เกมส้อมพิวเตอร์/เกมออนไลน์	11%	16%	6%	32%	16%	5%	1%	10%	13%	10%
* อ่านหนังสือ	9%	9%	9%	17%	8%	5%	10%	7%	12%	10%
* เดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	6%	6%	5%	2%	6%	7%	6%	6%	5%	6%
* นอนพักผ่อน	5%	5%	6%	2%	5%	5%	9%	7%	3%	4%

จำนวนตัวอย่าง 2,400 ราย

Fieldwork Summary

	รวม	กรุงเทพและ ปริมณฑล	ต่าง จังหวัด	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาค เหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
จำนวนที่ติดต่อทั้งหมด	6,230	1,614	4,616	712	870	713	710	711	900
จำนวนที่สัมภาษณ์ได้	2,400	600	1,800	300	300	300	300	300	300
จำนวนที่ปฏิเสธ/ไม่ผ่าน เกณฑ์การคัดเลือก	3,830	1,014	2,816	412	570	413	410	411	600
สัดส่วนของผู้ที่สัมภาษณ์ได้	39%	37%	39%	42%	34%	42%	42%	42%	33%
สัดส่วนของผู้ที่ปฏิเสธ/ไม่ ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก	61%	63%	61%	58%	66%	58%	58%	58%	67%
รวมผู้ปฏิเสธ/ไม่ผ่าน เกณฑ์การคัดเลือก	3,830	1,014	2,816	412	570	413	410	411	600
1. ปฏิเสธ	658	177	481	77	87	68	83	78	88
2. ทำงานในธุรกิจต้องห้าม	327	108	219	18	59	18	19	21	84
3. อายุไม่อยู่ในช่วงที่ กำหนด	476	110	366	48	86	48	40	39	105
4. รายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่ กำหนด	434	92	342	46	72	50	49	44	81
5. ไม่ได้รับชมรายการ โทรทัศน์ผ่านดิจิตอลทีวี	1,010	276	734	119	154	120	100	119	122
6. ความบ่อยในการชม รายการโทรทัศน์ผ่าน ดิจิตอลทีวีน้อยกว่าเกณฑ์ที่ กำหนด	925	251	674	104	112	109	119	110	120

บทที่ 2

ความก้าวหน้าในการดำเนินโครงการ

2.1 สรุปผลการดำเนินงานประจำงวดที่ 4

- รายงานผลการดำเนินการนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิ เช่น Youtube Facebook โดยมียอดผู้รับชมเฉลี่ยจำนวน 100,000 คนต่อตอน
- รายงานผลยอดผู้รับชมผ่านทางอินเทอร์เน็ต
- รายงานผลการติดตามประเมินผลความสำเร็จโครงการ

2.2 สถานภาพการดำเนินโครงการรายกิจกรรม

กิจกรรม	ระยะเวลา	สถานะกิจกรรม/ ผลดำเนินงาน			แผนปฏิบัติการ วันลงนาม ในสัญญา		ความก้าวหน้า โปรดทำเครื่องหมาย (✓)			กรณีล่าช้าหรือ เร็วกว่าแผน		
		แล้ว เสร็จ	อยู่ ระหว่าง ดำเนิน การ	ยังไม่ ดำเนิน การ	เริ่มต้น	สิ้นสุด	ล่าช้า	ตามแผน	เร็วกว่า แผน	เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. การจัดทำรายงานผลการศึกษาเบื้องต้น (Inception Report) และแผนการดำเนินงาน					9 ต.ค. 61	7 พ.ย. 61						
1.1 จัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบ/วิธีการดำเนินงาน ขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินงาน		✓						✓				
1.2 จัดทำรูปแบบการนำเสนอ/ รายละเอียดเนื้อหารายการที่ผลิต 4 รูปแบบ รวม ทั้งสิ้น 21 ตอน ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> • สารคดี (Documentary) ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 5 ตอน • ทิว สก๊อป (TV Scoop) ความ 		✓						✓				

<p>ยาวตอนละ 1 นาที จำนวน 9 ตอน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “เจาะใจ” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 4 ตอน ● การให้ข้อมูล หรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ “Perspective” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 3 ตอน 										
2. การผลิตรายการ และจัดทำแผนการนำเนื้อหา					8	7				
รายการที่ผลิตไปเผยแพร่					พ.ย. 61	มี.ค. 61				
2.1 จัดทำรายงานผลการผลิตรายการ 4 รูปแบบ พร้อมไฟล์ต้นฉบับ (Master File) รวมทั้งสิ้น 21 ตอน ที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว		✓					✓			
2.2 จัดทำแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) โดยช่องทางการออกอากาศเป็นครั้งแรก (First-Run) จะต้องเป็นช่องที่มีอันดับ 1 ใน 10 ของช่องยอดนิยม และได้รับการยืนยันการออกอากาศจากทางสถานีอย่างเป็นทางการ		✓					✓			
2.3 จัดทำแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Youtube Facebook โดยจะต้องมียอดผู้รับชมเฉลี่ยจำนวน 100,000 คน ต่อตอน		✓					✓			
2.4 จัดทำแผนการติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบ/วิธีวัดผล ขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินงาน		✓					✓			
3. การเผยแพร่เนื้อหารายการที่ผลิต					8	4				
					มี.ค. 61	ส.ค. 61				
3.1 จัดทำรายงานผลการดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) พร้อมบริการคำบรรยายแทนเสียง (Close Caption : CC) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio		✓					✓			

<p>Description : AD) รวมเวลาออกอากาศจำนวน 956 นาที ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ผลการนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตไป ออกอากาศเป็นครั้งแรก (First-Run) จำนวน 344 นาที โดยจะต้องเป็นช่องทางการออกอากาศที่มีอันดับ 1 ใน 10 ของช่องยอดนิยม ● ผลการนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตไป ออกอากาศซ้ำ (Re-Run) จำนวน 612 นาที 										
<p>4. การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการ</p>					5	8				
<p>4.1 จัดทำรายงานผลการดำเนินการนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตไป เผยแพร่ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Youtube Facebook โดยจะต้องมียอดผู้รับชมเฉลี่ยจำนวน 100,000 คน ต่อตอน</p>		✓						✓		
<p>4.2 จัดทำรายงานผลยอดผู้รับชมผ่านทางสื่อทางอินเทอร์เน็ต</p>		✓						✓		
<p>4.3 จัดทำรายงานผลการติดตามประเมินผล ความสำเร็จของโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ผลความพึงพอใจของ ประชาชนในคุณภาพรายการที่ผลิต ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70 ● ผลความรู้ความเข้าใจใน การรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ของประชาชน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 		✓						✓		
<p>จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์</p>		✓								

2.3 สรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

.....

.....

2.4 แผนการดำเนินงานในระยะต่อไป

-

2.5 รายงานการจัดซื้อครุภัณฑ์ในโครงการ (ถ้ามี)

2.5.1 ครุภัณฑ์สำหรับการวิจัยและพัฒนาฯ

ลำดับ	รายการจัดซื้อครุภัณฑ์ (สำหรับการวิจัยและพัฒนาฯ)	วัน/เดือน/ปี	มูลค่า	เอกสารอ้างอิง
	-		-	

บทที่ 3

รายงานความก้าวหน้าทางการเงิน

3.1 รายงานสรุปการใช้จ่ายงบประมาณ

รายละเอียดค่าใช้จ่ายในโครงการ								
หมวดค่าใช้จ่าย	งบประมาณ	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	รวม	คงเหลือ	ร้อยละการเบิกจ่าย
1. ค่าตอบแทนบุคลากร	405,000	135,000	135,000		-	270,000	135,000	67
2. ค่าใช้สอย	14,351,500	7,251,500	3,623,80		788,100	11,663,400	2,688,100	81
3. ค่าติดตามประเมินผล	1,209,000	-	200,000		-	200,000	1,009,000	17
4. ค่าใช้จ่ายครุภัณฑ์	565,000	100,000	235,000		5,000	340,000	225,000	60
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	2,161,089	536,522	536,522		536,522	1,609,566	551,523	74
รวม	18,691,589	8,023,022	4,730,322	-	1,329,622	14,082,966	4,608,623	75

3.2 รายงานสรุปความก้าวหน้าทางการเงิน

จำนวนเงินที่ได้รับและจำนวนเงินคงเหลือ						
ประจำงวด	มูลค่าตามสัญญา	วัน/เดือน/ปีที่ได้รับ	งบประมาณที่ได้รับจริง	ค่าใช้จ่าย	คงเหลือ	หมายเหตุ
งวดที่ 1	3,000,000	04/12/2561	2,000,000	1,329,622	670,378	หักเงินประกัน 1 ล้านบาท
งวดที่ 2	7,000,000	11/04/2562	7,000,000	12,753,344	-5,082,966	
งวดที่ 3	8,000,000	29/08/2562	8,000,000	4,608,622	-1,691,588	
งวดที่ 4	2,000,000					
งวดที่ ฯลฯ						
รวม	20,000,000	-	17,000,000	18,691,588	-1,691,588	บาท

รายละเอียดการบันทึกบัญชีรับ จ่ายเงิน

แบบพ บ กทปส.1

วันเดือนปี	เลขที่เอกสาร	รายการ	รับเงิน (บาท)	จ่ายเงิน (บาท)					เงินคงเหลือ (บาท)
				ค่าตอบแทนบุคลากร	ค่าใช้สอย	ค่าติดตามประเมินผล	ค่าใช้จ่ายครุภัณฑ์	ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	
ต.ค. 61		ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าจัดอบรมเนื้อหาโครงการ ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์ ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค			147,700.00 50,000.00 50,000.00 15,000.00		5,000.00	178,840.73	- 147,700.00 - 197,700.00 - 247,700.00 - 262,700.00 - 267,700.00 - 446,540.73
พ.ย. 61		รับเงินจากกองทุนฯ งวดที่ 1 ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์ ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค	2,000,000.00		147,700.00 100,000.00 15,000.00			178,840.73	1,553,459.27 1,405,759.27 1,305,759.27 1,290,759.27 1,111,918.54
ธ.ค. 61		ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์ ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค			147,700.00 100,000.00 15,000.00			178,840.73	964,218.54 864,218.54 849,218.54 670,377.81
ม.ค. 62		ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์ ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค		135,000.00	203,700.00 2,265,400.00 50,000.00 15,000.00		40,000.00	178,840.67	331,677.81 -1,933,722.19 -1,983,722.19 -1,998,722.19 -2,038,722.19 -2,217,562.86
ก.พ. 62		ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา			203,700.00 2,040,000.00				-2,421,262.86 -4,461,262.86

		ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์			100,000.00				-4,561,262.86
		ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ			15,000.00				-4,576,262.86
		ค่าวัสดุสำนักงาน					30,000.00		-4,606,262.86
		ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค						178,840.67	-4,785,103.53
มี.ค. 62		ค่าตอบแทนบุคลากร			203,700.00				-4,988,803.53
		ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา			2,040,000.00				-7,028,803.53
		ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์			100,000.00				-7,128,803.53
		ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ			15,000.00				-7,143,803.53
		ค่าวัสดุสำนักงาน					30,000.00		-7,173,803.53
		ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค						178,840.66	-7,352,644.19
เม.ย. 62		รับเงินจากกองทุนฯ งวดที่ 2	7,000,000.00						-352,644.19
		ค่าตอบแทนบุคลากร		135,000.00	203,700.00				-691,344.19
		ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา			967,700.00				-1,659,044.19
		ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์							-1,659,044.19
		ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ			15,000.00	50,000.00			-1,674,004.19
		ค่าใช้จ่ายติดตามและประเมินผล							-1,724,044.19
		ค่าวัสดุสำนักงาน					80,000.00		-1,804,044.19
		ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค						178,840.66	-1,982,884.85
พ.ค. 62		ค่าตอบแทนบุคลากร			203,700.00				-2,186,584.85
		ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา			1,000,000.00				-3,186,584.85
		ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์							-3,186,584.85
		ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ			15,000.00				-3,201,584.85
		ค่าใช้จ่ายติดตามและประเมินผล				50,000.00			-3,251,584.85
		ค่าวัสดุสำนักงาน					80,000.00		-3,331,584.85
		ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค						178,840.66	-3,510,425.51

ม.ย. 62		ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์ ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ ค่าใช้จ่ายติดตามและประเมินผล ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค			203,700.00 1,000,000.00 15,000.00	100,000.00	75,000.00	178,840.66	-3,714,125.51 -4,714,125.51 -4,714,125.51 -4,729,125.51 -4,829,125.51 -4,904,125.51 -5,082,966.17
ก.ค. 62		ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์ ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ ค่าใช้จ่ายติดตามและประเมินผล ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค		135,000.00	163,100.00 720,000.00 15,000.00	303,000.00	75,000.00	183,840.68	-5,381,066.17 -6,101,066.17 -6,101,066.17 -6,116,066.17 -6,419,066.17 -6,494,066.17 -6,677,906.85
ส.ค. 62		รับเงินจากกองทุนฯ งวดที่ 3 ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์ ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ ค่าใช้จ่ายติดตามและประเมินผล ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค	8,000,000.00		140,000.00 740,000.00 15,000.00	353,000.00	75,000.00	183,840.68	-1,322,093.15 -1,182,093.15 -442,093.15 -442,093.15 -427,093.15 -74,093.15 -906.85 -184,747.53

ก.ย. 62		ค่าตอบแทนบุคลากร			140,000.00				-324,747.53
		ค่าผลิตและเผยแพร่เนื้อหา			740,000.00				-1,064,747.53
		ค่าสร้างสรรค์กลยุทธ์							-1,064,747.53
		ค่าพาหนะ ค่าสวัสดิการ			15,000.00				-1,079,747.53
		ค่าใช้จ่ายติดตามและประเมินผล				353,000.00			-1,432,747.53
		ค่าวัสดุสำนักงาน					75,000.00		-1,507,747.53
		ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค						183,840.67	-1,691,588.20
		รวม หน้า 1 ถึง หน้า 1	17,000.000.00	405,000.00	14,351,500.00	1,209,000.00	565,000.00	2,161,088.20	-1,691,588.20

ลงลายมือชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง หัวหน้าโครงการ

วันที่.....

