

บทสรุปผู้บริหาร

การประเมินผลการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน และ ประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ ตลอดจน ความรู้ ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยของประชาชนตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การติดตามประเมินผลโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ แบ่งวิธีการดำเนินการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ **1) การดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach)** เป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในมิติด้านกว้าง โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนรวม 1,245 ตัวอย่าง และ **การสำรวจออนไลน์ 2) การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach)** เป็นการศึกษามิติเชิงลึกด้านความรู้ ความเข้าใจ และ ความพึงพอใจต่อรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยจัดการสนทนาอภิปรายกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

การศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจ ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวม 1,245 ตัวอย่างจากกลุ่มผู้รับชมรายการ ทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกพื้นที่ภูมิศาสตร์ทั่วประเทศทั้งจากภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และ กรุงเทพมหานคร ปริณทล มีผลการประเมินโดยภาพรวมดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 51.6 (จำนวน 642 คน) ใกล้เคียงกับเพศชายร้อยละ 48.4 (จำนวน 603 คน) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32.1 (จำนวน 400 คน) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี รองลงมาร้อยละ 21.6 (จำนวน 269 คน) มีอายุระหว่าง 36-45 ปี กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32.3 (จำนวน 402 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. รองลงมาร้อยละ 27.9 (จำนวน 347 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 27.1 (จำนวน 338 คน) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมาร้อยละ 21.8 (จำนวน 272 คน) เป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32.5 (จำนวน 405 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 20,001–30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 28.0 (จำนวน 348 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 30,001–40,000 บาท

ผลการสำรวจพฤติกรรม的开รับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอันดับ 1 มากที่สุดร้อยละ 58.7 (จำนวน 242 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 38.6 (จำนวน 159 คน) ตามลำดับ และ อันดับ 2 เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตใน มากที่สุดร้อยละ 32.3 (จำนวน 133 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 30.3 (จำนวน 125 คน) ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อทั้งด้านข่าวสาร สาระ ความบันเทิงจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 45.8 (จำนวน 568 คน) รองลงมาใช้เวลาในการเปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์จากสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 31.5 (จำนวน 126 คน) และ เปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์จากสื่อโซเชียลมีเดียร้อยละ 29.5 (จำนวน 368 คน)

ผลการสำรวจการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมส่วนใหญ่ร้อยละ 56.5 (จำนวน 703 คน) รับชมผ่านช่องทางย้อนหลังทาง YouTube <https://www.youtube.com> รองลงมา รับชมผ่านช่องทางดิจิทัลทีวี ร้อยละ 48.6 (จำนวน 47.3 คน)

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความรู้ความเข้าใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 77.6 โดยความรู้ความเข้าใจด้านการรู้จักรวเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้ **วิจารณ์ญาณ** มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.2 รองลงมา ได้รับความรู้ความเข้าใจด้านการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 79.6

ด้านมุมมองของผู้รับชมรายการในการให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันนั้นผลการประเมินพบว่า กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.10 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82 ประเด็นที่กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันมากที่สุดคือ การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.19 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 83.8 รองลงมา กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน คือ การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.14 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.8

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในภาพรวมในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.0 โดยสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมมากที่สุดในด้านการสร้างสรรค์ข้อมูลเนื้อหาของรายการที่มีประโยชน์ ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 4.22 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.4 รองลงมา ผู้รับชมพึงพอใจต่อ **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ด้านความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 4.16 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 83.2

โดยผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย พบว่า มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.95 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 79.0 ทั้งนี้ พบว่า การสร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด เป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยที่ผู้รับสารนำมาใช้ประโยชน์มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากเฉลี่ย 4.06 หรือ ร้อยละ 81.2 รองลงมาพบว่ากลุ่มผู้รับชมได้รับรู้และตระหนักถึงองค์ความรู้ด้านรู้เท่าทันสื่อทำให้ได้ประโยชน์ระดับมาก ต่อการสร้างพฤติกรรมการรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น ที่ค่าเฉลี่ย 4.06 หรือ ร้อยละ 81.2

ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 8.27 (จำนวน 103 คน) มีข้อเสนอแนะและความเห็นว่า **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีเนื้อหารายการที่ดี และเป็นประโยชน์มาก และ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 7.39 (จำนวน 92 คน) เห็นว่ารายการออกอากาศตึกเกินไปแต่รายการออกอากาศตึกเกินไปยากให้ออกอากาศเวลา 19.00 เพราะเยาวชนจะได้รับชมมากขึ้นยากให้ออกอากาศตอน 21.00 เพื่อให้ผู้รับชมหลากหลายกลุ่มได้รับชมอย่างทั่วถึง

การศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach) โดยการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จากการจัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ” จาก 1) ตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-25 ปี 2) ตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยทำงานอายุระหว่าง 26 - 45 ปี 3) ตัวแทนผู้รับชมคนทำงาน ผู้มีครอบครัว อายุระหว่าง 46-60 ปี ผลการศึกษาพบว่า

1. ด้านความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อในหลากหลายประเด็น อาทิ **ความรู้ความเข้าใจต่อความหมายของการ Cyberbullying** ซึ่งหมายถึง การกลั่นแกล้งกันบนโลกไซเบอร์ หรือ การกลั่นแกล้งโดยใช้สื่อดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โพสต์ ส่ง หรือแชทข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาด้านลบของผู้อื่นสู่โลกออนไลน์ เพื่อล้อเลียนให้ผู้ถูกกลั่นแกล้งอับอาย ถูกเกลียดชัง หรือเสื่อมเสียชื่อเสียง โดยเจตนาที่จะทำลายชื่อเสียงหรือทำให้ผู้อื่นลำบากโดยเฉพาะเมื่อเป็นโลกออนไลน์แล้ว การกลั่นแกล้งนี้จะเกิดขึ้นซ้ำๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าร้ายแรงอย่างมากในยุคสมัยปัจจุบัน **ความรู้ความเข้าใจต่อการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ (Online Media Literacy)** ได้แก่ การซื้อของออนไลน์เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในสังคมของผู้บริโภคจากที่ต้องเดินออกจากบ้านเพื่อไปหาซื้อของเข้าบ้านเปลี่ยนเป็นการซื้อสินค้าอยู่กับบ้าน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน เพราะสามารถสั่ง ง่าย ซื้อของได้ง่ายแค่เพียงมีคอมพิวเตอร์ หรือ สมาร์ทโฟน แล้วกดเลือกซื้อสินค้า **ความรู้ความเข้าใจต่อ “รู้จักใช้สื่อออนไลน์ เข้าใจภัยต่อสุขภาพ”** จากประเด็น สื่อออนไลน์และสมาร์ทโฟนซึ่งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ ถ้าใช้เกินความจำเป็นก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ร้ายแรง อาทิ โรคซึมเศร้าจากเฟซบุ๊ก, โรคละเมอแชท, โรควันในตาเสื่อม หากใช้ให้เป็นรู้เท่าทัน จัดสรรเวลาได้ ก็อาจเป็นตัวช่วยให้เราห่างจากโรคภัยไข้เจ็บเหล่านี้

2. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ประเด็น ความพึงพอใจต่อรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** คือ ความพึงพอใจต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อให้ผู้รับชมตระหนักถึงการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้รับชมรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมด้านความสงสัยใคร่รู้ไปสู่การตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง ตลอดจนการมีติแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อ หรือการแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว ต้นตอ และ การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือเจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว ได้แก่

- ความพึงพอใจต่อการสร้างความรู้วิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อ การจัดการต่อความขัดแย้ง หรือการกลั่นแกล้งกันในโลกไซเบอร์ หรือ Cyberbullying
- ความพึงพอใจต่อการเข้าใจวิธีการทำงานของสื่อออนไลน์ว่ามีความหมายอย่างไร พฤติกรรมการซื้อสินค้าได้รับอิทธิพลจากกลไกการทำงานด้านการตลาดของร้านค้าออนไลน์ ผู้บริโภคยุคนี้ จึงนิยมซื้อเราสามารถเข้าใจได้ว่า การนำเสนอในออนไลน์ มักจะมีความน่าสนใจ ใช้คำกล่าวอ้าง ชักจูง โน้มน้าวใจได้ง่าย ด้วยภาพ ด้วยเสียง ด้วยเทคนิคในระบบออนไลน์
- ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการใช้สื่อออนไลน์ให้รู้เท่าทัน
- ความพึงพอใจต่อการรู้จักการดูแลสิทธิความเป็นส่วนตัวของตัวเอง

- ความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านพื้นที่ หมายถึงการจัดการพื้นที่ด้านสื่อ คือความตระหนักว่าพื้นที่ของสื่อออนไลน์นั้น มีใช้พื้นที่ส่วนตัวหรือสาธารณะอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่มันคือ "พื้นที่ส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะ" เราต้องจัดการการโพสต์บนพื้นที่สาธารณะ ต้องตระหนักถึงผู้คน
- ความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านเวลา การที่เราใช้ เวลามาน้อยเพียงใด เราใช้เวลาไปกับมันมากเกินไป หรือ ควรรู้ว่า เวลาใดควรใช้หรือควรใส่ใจกับกิจกรรมอื่นๆ บ้าง"
- ความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านตัวตน (self) การรู้เท่าทัน "ตัวเราเอง" เพื่อควบคุมตัวเอง กับการจัดการตัวเองให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ
- ความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านความเป็นจริง คือ การรู้ รับรู้ว่า อะไรคือ ความจริง ข้อเท็จจริง หรือความเป็นจริง

3. ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในฐานะเป็นผู้ใช้สื่อสังคมข้อมูลข่าวสารจึงควร **"รู้เท่าทันอำนาจของตัวเอง"** ในที่นี้หมายถึง การรู้ตัวเอง การรู้เท่าทันสื่อในยุคปัจจุบันในโลกออนไลน์ การรู้เท่าทันตัวเราเอง เราก็จะใช้สื่อและอยู่ร่วมกับสื่ออย่างมีความสุข ในยุคหนึ่ง สื่อเคยมีผลกระทบมากมายต่อชีวิต ทศนคติ ความรู้ พฤติกรรมและจิตวิญญาณของเรา ผู้รับสารกลายเป็นผู้ตั้งรับ รอคอยกระบวนการสร้างข่าวสารจากสื่อทางเดียว แต่ในโลกสื่อออนไลน์ผู้ใช้สื่อมีอำนาจสื่อสารกับโลกภายนอก ผู้ใช้สื่อทุกคนหันมาพูดเรื่องตัวเองมากขึ้น ต่างคนต่างผลิตข่าวสาร ทั้งอารมณ์ แสดงความรู้สึก รัก โกรธ อวดเก่ง ขี้โอ้อวด ความรุนแรง อคติ ความเกลียดชัง ต่างถูกโยนทิ้งลงมาที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงมีทั้งพลังทั้งด้านบวกด้านลบ มีพลังสร้างสรรค์และทำลาย ดังนั้น ทุกคนจึงเป็นผู้ที่สามารถสร้างผลกระทบต่องสังคมได้ทั้งหมดด้วยเนื้อหา เวลาและสถานการณ์

4. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

- การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อ
- ความสามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณ
- เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี หรือ สามารถเป็นผู้ผลิตสื่อเอง โดยก่อให้เกิดสื่อดีๆ มีประโยชน์เพื่อสังคมด้วยการสร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง

โลกทุกวันนี้ถูกขับเคลื่อนด้วยอินเทอร์เน็ต ประโยชน์ก็คือทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และทุกคนมีสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่รวมคุณสมบัติหลายอย่างไว้ด้วยกัน เช่น ถ่ายรูป อัปเดตวิดีโอ บันทึกเสียง และสามารถอัปโหลดข้อมูลไปสู่อินเทอร์เน็ตได้ในแทบจะทันที ใครๆ ก็สามารถอัปโหลดเนื้อหาได้ ขอแค่มีอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ทำให้ทุกคนล้วนทำตัวเหมือนสื่อมวลชนในแขนงใดแขนงหนึ่ง แต่เป็นสื่อมวลชนที่ยังไม่ได้จัดระเบียบ เพราะข้อเสียของอินเทอร์เน็ต คือ ไม่สามารถควบคุมดูแลอย่างทั่วถึงได้ จึงเผยแพร่เนื้อหาที่ยังไม่ถูกกลั่นกรองและไม่สมควรออกไปโดยที่ไม่ยั้งคิด และที่สำคัญ คือ ปราศจากความรู้สึกผิดใดๆ

ดังนั้น การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ทุกภาคส่วนในสังคมควรร่วมมือกันสร้างและปลูกฝังวัฒนธรรมใหม่ในสังคมไทย เพื่อสร้างจิตสำนึกในการใช้ประโยชน์โซเชียลมีเดียในเชิงสร้างสรรค์ มากกว่าเป็นอาวุธในการทำลายคู่ขัดแย้ง เพื่อให้ประเทศไทยเป็นสังคมที่ปราศจากการกลั่นแกล้งกัน ให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน ไม่ลดคุณค่าในตัวเองของผู้อื่นลงเพื่อความสนุกสนาน

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	1
สารบัญ	
บทนำ	6
การประเมินผลโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	6
1. วัตถุประสงค์การติดตามประเมินผล	6
2. ผลที่คาดว่าจะได้รับ	6
3. ตัวชี้วัดความสำเร็จ	6
4. วิธีการดำเนินงานติดตามประเมินผล	7
4.1 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach)	8
4.1.1 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจ	8
4.1.1.1 ประชากรและขนาดตัวอย่างการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research)	8
4.1.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	9
4.1.1.3 พื้นที่เก็บข้อมูล	10
4.1.2 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการสำรวจออนไลน์	12
4.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน	13
4.1.4 การประมวลผลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	14
4.2 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach)	15
4.2.1 การจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)	15
4.2.2 กลุ่มเป้าหมายการจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)	16
5. ระยะเวลาการดำเนินงาน	17
2 . ผลการประเมินในภาพรวมโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	19
1. จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่การสำรวจในการดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ	19
2. ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง	
2.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง	20
2.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง	21
2.3 ระดับการศึกษาสูงสุด	22
2.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	23
2.5 รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	24

3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	25
3.1 การเปิดรับข่าวสาร สารระ ความบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อประเภทต่างๆ	25
ต่อสัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง	
3.2 จำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อ	26
4. การรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	27
4.1 ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	27
4.2 ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	27
5. มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน	30
6. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	32
7. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย	34
8. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม	36
3. ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	37
4. ผลการประเมินรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ครั้งที่ 1	44
5. ผลการประเมินรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ครั้งที่ 2	70
6. ผลการประเมินรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ครั้งที่ 3	95
7. การประเมินผลออนไลน์ โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	121
เอกสารแนบท้าย	139

บทนำ

การประเมินผล โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

1. วัตถุประสงค์การติดตามประเมินผล

- 1.1 เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- 1.2 เพื่อประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- 1.3 เพื่อประเมินถึงความรู้ ความเข้าใจและให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- 1.4 เพื่อศึกษาถึงการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยของประชาชนตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

2. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 2.1 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน
- 2.2 การเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย
- 2.3 ส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีส่วนร่วมในการทำงานด้านการรู้เท่าทันสื่อ และก่อให้เกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญในการดำเนินการด้านนี้

3. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- 3.1 ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ของประชาชนมีความพึงพอใจในคุณภาพรายการที่ผลิต
- 3.2 ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ของประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

4. วิธีการดำเนินงานติดตามประเมินผล

การติดตามประเมินผลโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ แบ่งวิธีการดำเนินการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน โดยมีขั้นตอน และ รายละเอียดในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้



4.1 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach)

การดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) เป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในมิติด้านกว้าง โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นวิธีการประเมินผลด้านความรู้และความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีขั้นตอนและ รายละเอียดดังนี้ คือ

4.1.1 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจ

การประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เป็นวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการลงพื้นที่สำรวจด้วยนักวิจัยพร้อมทีมงานผู้ช่วยวิจัย และ พนักงานสัมภาษณ์ที่ผ่านการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยและรายละเอียดในแบบสอบถาม ดำเนินการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบพบตัว (Face-to-face Interview) จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด

4.1.1.1 ประชากรและขนาดตัวอย่างการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากรในการศึกษาประเมินผลโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ คือ กลุ่มผู้รับชมรายการ ทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกพื้นที่ ภูมิสำเนาทั่วประเทศไทยจำนวน 66,188,503 คน¹

โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาร์โยมาเนโดยคิดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 3\%$ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

$$\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ} = \frac{66,188,503}{1 + (66,188,503)(0.03)^2} = 1,111$$

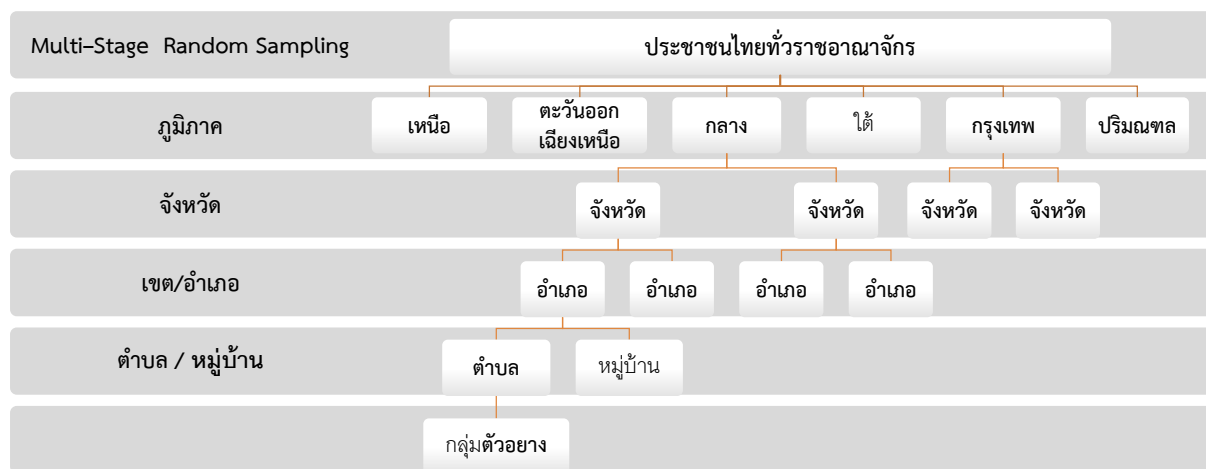
ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำคือ 1,111 ตัวอย่างแต่ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ขนาดตัวอย่างเพิ่มขึ้น คือ 1,200 ตัวอย่าง เพื่อลดขนาดของความคลาดเคลื่อน

¹ ประกาศสำนักทะเบียนกลาง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักรตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ ประกาศ ๒๔ มกราคม ๒๕๖๑, <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/E/041/22.PDF>

4.1.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์จะเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการ Multi-Stage Random sampling โดยเลือกการสุ่มตามโอกาสความน่าจะเป็นที่เท่ากันในทุกขั้นตอนจากการแบ่งประชากรตามภูมิภาค 4 ภูมิภาคตามบริบทในการบริหารและสถิติซึ่งเป็นการแบ่งกลุ่มแบบวัฒนธรรมกว้างๆ และนิยมใช้กันมากในโทรทัศน์แห่งชาติ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และกรุงเทพ - ปริมณฑล

จากนั้นเป็นกลุ่มย่อยจากจังหวัด อำเภอ ตำบล ตำบลหมู่บ้าน และครัวเรือน ตามลำดับ โดยเป็นการเลือกตัวอย่างที่ตัวอย่างมีโอกาสจะถูกเลือกเท่าเทียมกันซึ่งเป็นพื้นฐานของทฤษฎีความน่าจะเป็นและทฤษฎีความน่าจะเป็นตามรากฐานของสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ดังนี้



โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละพื้นที่ที่กำหนดโดยอ้างอิงจากจำนวนประชากรในแต่ละภูมิภาคเพื่อให้มีสัดส่วนสอดคล้องกับจำนวนประชากรจริงทั้งหมด ดังนี้

ตารางที่ 1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างแต่ละภูมิภาคตามสัดส่วนประชากรจริง

พื้นที่/ภูมิภาค	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	คิดเป็นร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	5,682,415	103	8.59
ปริมณฑล (นนทบุรี, ปทุมธานี, สมุทรปราการ)	3,669,616	66	5.54
ภาคกลาง	13,349,253	242	20.17
ภาคเหนือ	12,098,164	219	18.28
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21,989,477	399	33.22
ภาคใต้	9,399,578	170	14.20
รวม	66,188,503	1,200	100.00

4.1.1.3 พื้นที่เก็บข้อมูล

การลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศจากภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และ กรุงเทพมหานคร – ปริมณฑล แบ่งการลงพื้นที่เก็บข้อมูลทั่วประเทศจำนวน 3 ครั้ง ครั้งละไม่ต่ำกว่า 400 ตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 2 พื้นที่เก็บข้อมูลการดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจ

พื้นที่เก็บข้อมูล	จังหวัด	จำนวนกลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลลงพื้นที่			
		ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	รวม
กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร	35	34	34	103
ปริมณฑล	นนทบุรี	22	22	22	66
	ปทุมธานี				
	สมุทรปราการ				
ภาคกลาง	อยุธยา	80	81	81	242
	ลพบุรี/สระบุรี				
	นครปฐม/ราชบุรี				
	สมุทรสงคราม				
	ชลบุรี				
ภาคเหนือ	พิษณุโลก/นครสวรรค์	73	73	73	219
	เชียงใหม่				
	เชียงราย				
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	นครราชสีมา	133	133	133	399
	ขอนแก่น				
	บุรีรัมย์				
	อุดรธานี				
	อุบลราชธานี				
ภาคใต้	ชุมพร	57	57	57	171
	สุราษฎร์ธานี				
	นครศรีธรรมราช				
รวม		400	400	400	1200



4.1.2 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการสำรวจออนไลน์

การประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ครั้งนี้ ยังใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการสำรวจวิจัยออนไลน์ (Online Survey) โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่แน่นอน (Structured Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้ตอบแบบสอบถามดูรายการย้อนหลังผ่านเว็บไซต์ และ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ จากนั้นสามารถเข้ามาตอบแบบสอบถามได้ด้วยตนเองผ่าน Fanpage หรือ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ตามลิงค์และ QR code ดังต่อไปนี้

4.1.2.1 QR Code เพื่อ Scan และทำแบบสอบถามได้ทันที



4.1.2.2 ลิงค์เพื่อการเก็บข้อมูลผ่านหลายช่องทางผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผ่านทาง Line, Facebook, Twitter โดยสามารถตอบได้จากทุกอุปกรณ์ไม่ว่าเป็นคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ Notebook, Smart Phone ทั้งระบบ Android และ iOS ซึ่งสอดคล้องกับ lifestyle สมัยใหม่ที่คนอยู่บนมือถือมากขึ้น

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf7rUZVJVg2yDq2FGvRwi6Kfq7H4TSdBxEBq9aCLs69aa7z2A/viewform?usp=sf_link



4.1.2.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและขนาดตัวอย่างการดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการสำรวจออนไลน์ ครั้งนี้คือประชาชนทั่วไป ไม่น้อยกว่า 400 กลุ่มตัวอย่าง โดยในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ จะใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) การสุ่มตัวอย่างจะทำการเก็บข้อมูลผ่านหลายช่องทางผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านทาง Line, Facebook, Twitter, QR Code โดยสามารถตอบได้จากทุกอุปกรณ์ไม่ว่าเป็นคอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะ Notebook, Smart Phone ทั้งระบบ Android และ iOS

4.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้แบบสอบถามแบบที่มีโครงสร้างที่แน่นอน (Structured Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์โดยมีประเด็นคำถาม (ตัวอย่างแบบสอบถามในเอกสารแนบท้าย) ดังนี้

ส่วนที่ 1	ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
ส่วนที่ 3	ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ในภาพรวม
ส่วนที่ 4	การความรู้ความเข้าใจ และให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
ส่วนที่ 5	การรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย
ส่วนที่ 6	ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพรายการโดยภาพรวม

4.1.4 การประมวลผลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามจากการเก็บข้อมูล คณะวิจัยจะนำมาทำการลงรหัส และ ทำการประมวลผลข้อมูลด้วย โปรแกรม SPSS for Window Version ซึ่งสถิติที่จะใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแสดงผลในแต่ละคำถามในรูปของค่าความถี่ (Frequencies) และ ร้อยละ (Percentage) ตลอดจนใช้กราฟ ภาพ และตารางประกอบการอธิบายใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแสดงผลในแต่ละคำถามในรูปของค่าความถี่ และค่าร้อยละโดยนำเสนอผลคะแนนการรับรู้ และ ความพึงพอใจ จำแนกเป็น คะแนนความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ภาพรวมประเด็นการสำรวจ จุดเด่น สิ่งที่ต้องปรับปรุง และข้อเสนอแนะ ดังนี้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

โดยค่าร้อยละ (Percentage) เป็นค่าสถิติการเปรียบเทียบความถี่ หรือ จำนวนที่ต้องการกับความถี่ หรือจำนวนทั้งหมดเทียบเป็น 100 หากค่าร้อยละจากสูตรต่อไปนี้

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

n แทนจำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าเฉลี่ย (Mean) หรือค่ากลางเลขคณิต ค่าเฉลี่ยค่ามัธยฐานเลขคณิต เป็นต้น

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม

n แทน จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการวัดการกระจาย เขียนแทนด้วย S.D.

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

x แทน ค่าคะแนน

n แทน จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม

\sum แทน ผลรวม

4.2 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach)

การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach) เป็นการศึกษามิติเชิงลึกด้านความรู้ ความเข้าใจ และ ความพึงพอใจต่อรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยจัดการสนทนาอภิปรายกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) มีรายละเอียดและขั้นตอนดังนี้

4.2.1 การจัดการสนทนาอภิปรายกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

ในการศึกษาการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จะได้จัดให้มีการเชิญผู้ร่วมสนทนา หรือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหรือผู้รู้ (Key Informants) เป็นกลุ่มตัวแทนผู้รับชมที่มีบทบาทเชิงรุก (Active Audience) อันเป็นกลุ่มตัวแทนผู้รับชมได้ตอบมีปฏิสัมพันธ์กับรายการมาร่วมอภิปรายด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนทัศนะ ข้อคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- องค์รวมของรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้แก่ แนวคิด รูปแบบรายการ วิธีการนำเสนอ องค์ประกอบด้านภาพ และ เสียง สุนทรียศาสตร์ในการผลิต
- ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการในองค์รวม ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- ความรู้ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- การรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

4.2.2 กลุ่มเป้าหมายการจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

กลุ่มเป้าหมายการจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) คือ ผู้รับสารบทบาทเชิงรุก (Active Audience) อันเป็นกลุ่มตัวแทนที่คัดเลือกจากผู้รับชมรายการโดยเป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้รับชมแต่ละช่วงวัยกลุ่มละ 10 คน จำนวน 6 กลุ่มแต่ละช่วงวัย ซึ่งมีคุณสมบัติดังนี้

- 1) เป็นผู้รับชมรายการที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป
- 2) มีพฤติกรรมการรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ไทยช่องใดช่องหนึ่งอย่างน้อยสัปดาห์ละ 14 ชั่วโมง
- 3) ผู้รับสารรับสารจากเครื่องมือสื่อสารอย่างไม่จำกัด (any device)
- 4) ผู้รับสารเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารซึ่งได้หลอมรวมกลายเป็นคนคนเดียว

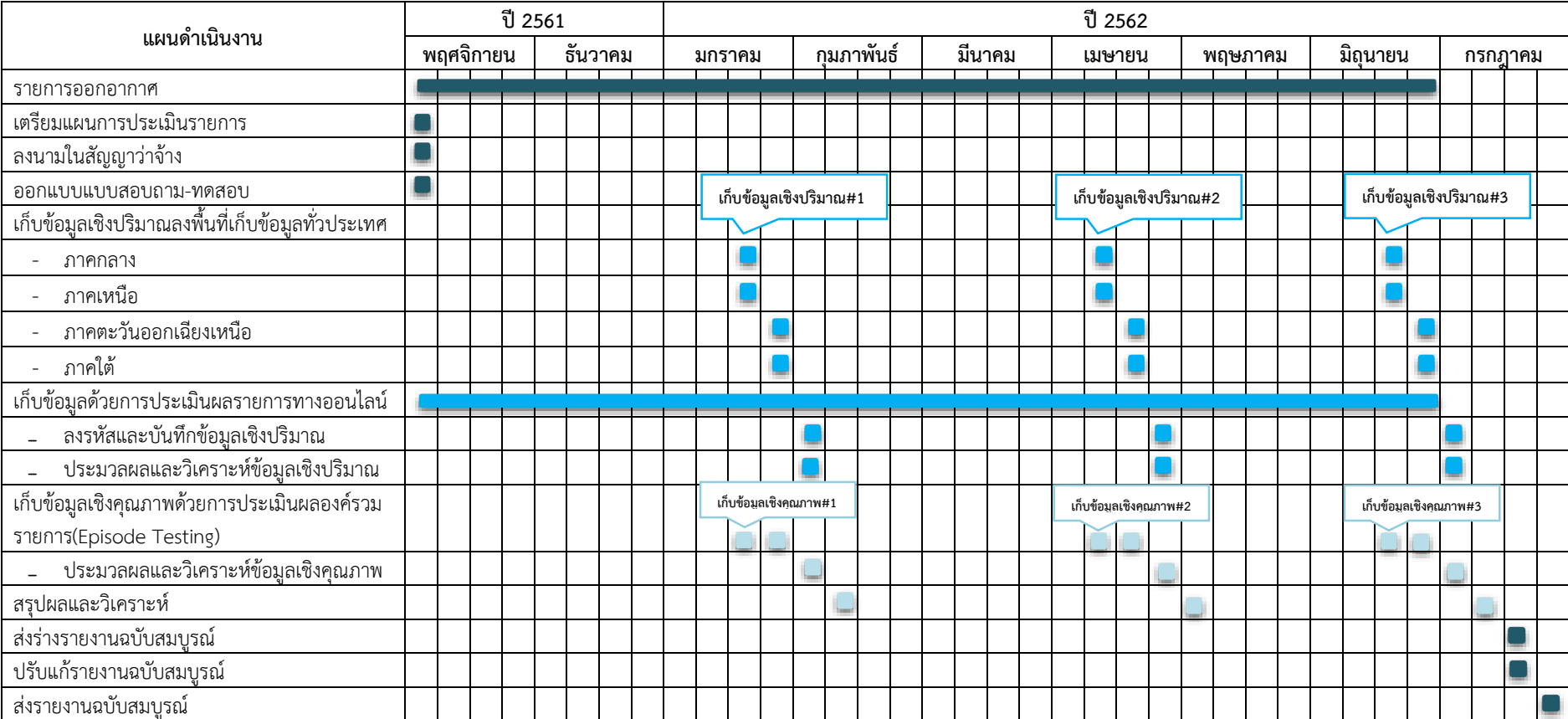
4.2.3 การจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เลือกตัวแทนผู้รับชมจากกลุ่มผู้รับชมแต่ละช่วงวัย กลุ่มละ 10 คน จำนวน 3 กลุ่มช่วงวัย ดังนี้

- | | |
|---|---------------|
| 1) ตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-25 ปี | จำนวน 1 กลุ่ม |
| 2) ตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยทำงานอายุระหว่าง 26 - 45 ปี | จำนวน 1 กลุ่ม |
| 3) ตัวแทนผู้รับชมคนทำงาน ผู้มีครอบครัว อายุระหว่าง 46-60 ปี | จำนวน 1 กลุ่ม |

5. ระยะเวลาการดำเนินงาน

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ดำเนินงานสำรวจ
วิจัยเป็นเวลา 240 วัน นับตั้งแต่วันเริ่มดำเนินงานตามระบุในสัญญา/ใบสั่งซื้อ

ตารางที่ 2 ระยะเวลาการดำเนินงาน



5.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานลงพื้นที่การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach)

การดำเนินงานลงพื้นที่การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) จำนวน 3 ครั้ง มีระยะเวลาในการดำเนินการลงพื้นที่ประเมินผลการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ดังนี้

พื้นที่เก็บข้อมูล	ระยะเวลาเก็บข้อมูล ครั้งที่ 1	ระยะเวลาเก็บข้อมูล ครั้งที่ 2	ระยะเวลาเก็บข้อมูล ครั้งที่ 3
กรุงเทพมหานคร	17-20 มกราคม 2562	1-6 เมษายน 2562	12-17 มิถุนายน 2562
ปริมณฑล	17-20 มกราคม 2562	1-6 เมษายน 2562	12-17 มิถุนายน 2562
ภาคเหนือ	21-25 มกราคม 2562	18-22 เมษายน 2562	19-24 มิถุนายน 2562
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	30 ม.ค.- 3 ก.พ 2562	25-30 เมษายน 2562	26-30 มิถุนายน 2562
ภาคใต้	27-31 มกราคม 2562	18-22 เมษายน 2562	19-24 มิถุนายน 2562

5.2 ระยะเวลาในการดำเนินงานศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach)

การดำเนินงานศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach) จากการจัดการสนทนาอภิปรายกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) จากผู้รับสารบทบาทเชิงรุก (Active Audience) อันเป็นกลุ่มตัวแทนที่คัดเลือกจากผู้รับชมรายการโดยเป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้รับชมจำนวน 6 กลุ่มแต่ละช่วงวัย กลุ่มละ 10 คน มีรายละเอียดการดำเนินงานตามวันเวลา ดังนี้

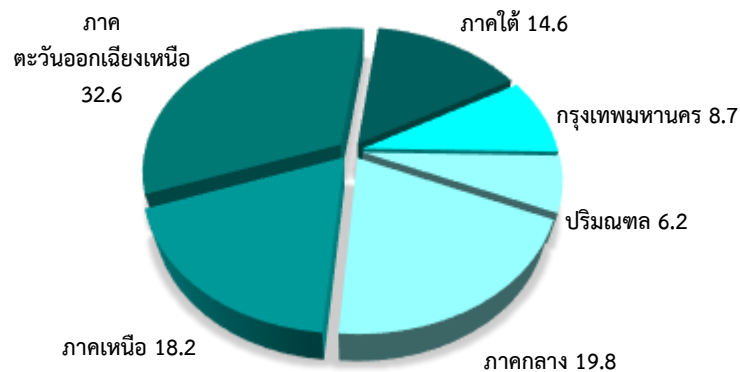
ตัวแทนผู้รับชมบทบาทเชิงรุก	จัดการสนทนาอภิปรายกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion)		
	ครั้งที่ 1 9 กุมภาพันธ์ 2562	ครั้งที่ 2 11 พฤษภาคม 2562	ครั้งที่ 3 22 มิถุนายน 2562
ช่วงวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-25 ปี	<div></div>		
ช่วงวัยทำงานอายุระหว่าง 26 - 45 ปี		<div></div>	
คนทำงาน ผู้มีครอบครัว อายุระหว่าง 46-60 ปี			<div></div>

2. ผลการประเมิน

โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในภาพรวม

การประเมินผลการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน และ ประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ ตลอดจน ความรู้ ความเข้าใจ และ การให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยของประชาชนตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์โดยดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนรวม 1,245 ตัวอย่าง มีผลการประเมินโดยภาพรวม ดังนี้

1. จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่การสำรวจในการดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ



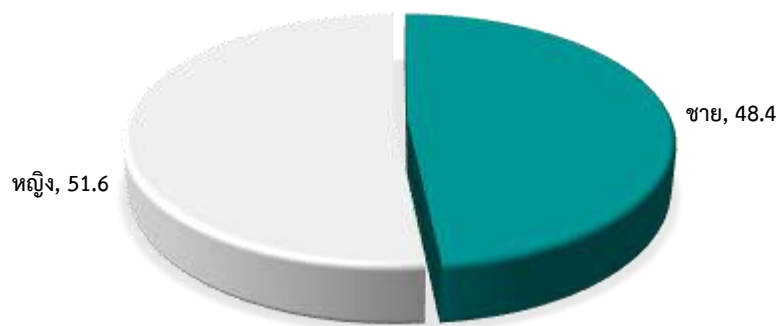
การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศในภาพรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และ กรุงเทพมหานคร ปริมณฑลรวม 1,245 ตัวอย่างโดยเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุดร้อยละ 32.6 (จำนวน 406 คน) รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคกลางร้อยละ 19.8 (จำนวน 246 คน) กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือร้อยละ 18.2 (จำนวน 226 คน) กลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้อยู่ที่ร้อยละ 14.6 (จำนวน 182 คน) และ กรุงเทพมหานครร้อยละ 8.7 (จำนวน 108 คน) ปริมณฑลร้อยละ 6.2 (จำนวน 77คน) ตามลำดับดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่เก็บข้อมูลการดำเนินการศึกษาวิจัยสำรวจ

พื้นที่เก็บข้อมูล	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	108	8.7
ปริมณฑล	77	6.2
ภาคกลาง	246	19.8
ภาคเหนือ	226	18.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	406	32.6
ภาคใต้	182	14.6
รวม	1,245	100.0

2 ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

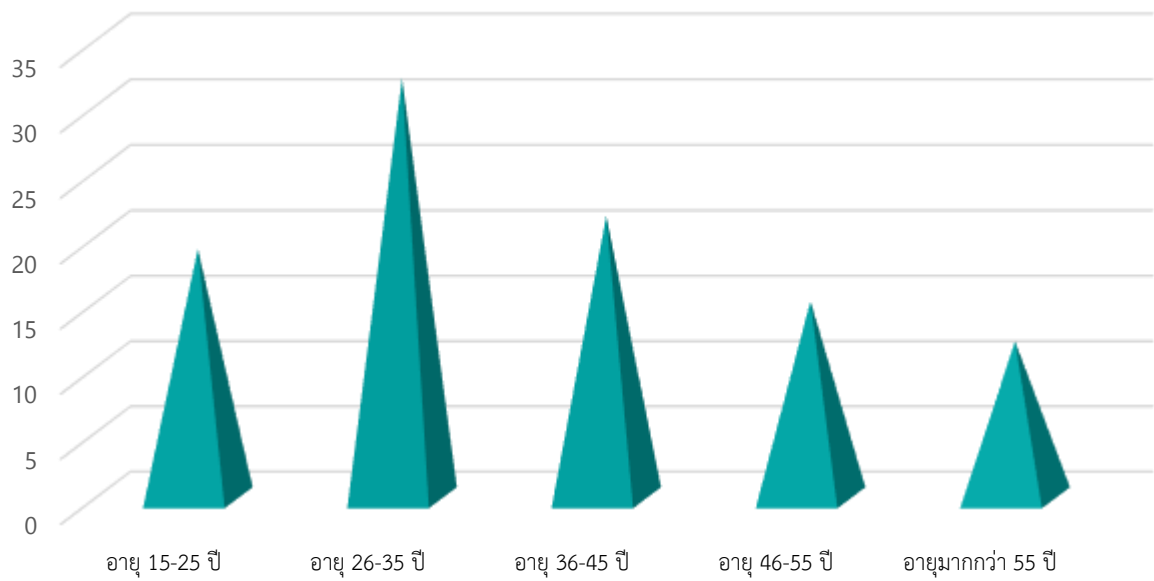


จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,245 ตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 51.6 (จำนวน 642 คน) ใกล้เคียงกับเพศชายร้อยละ 48.4 (จำนวน 603 คน) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของเพศและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ชาย	603	48.4
หญิง	642	51.6
รวม	1,245	100.0

2.2 อายุกลุ่มตัวอย่าง

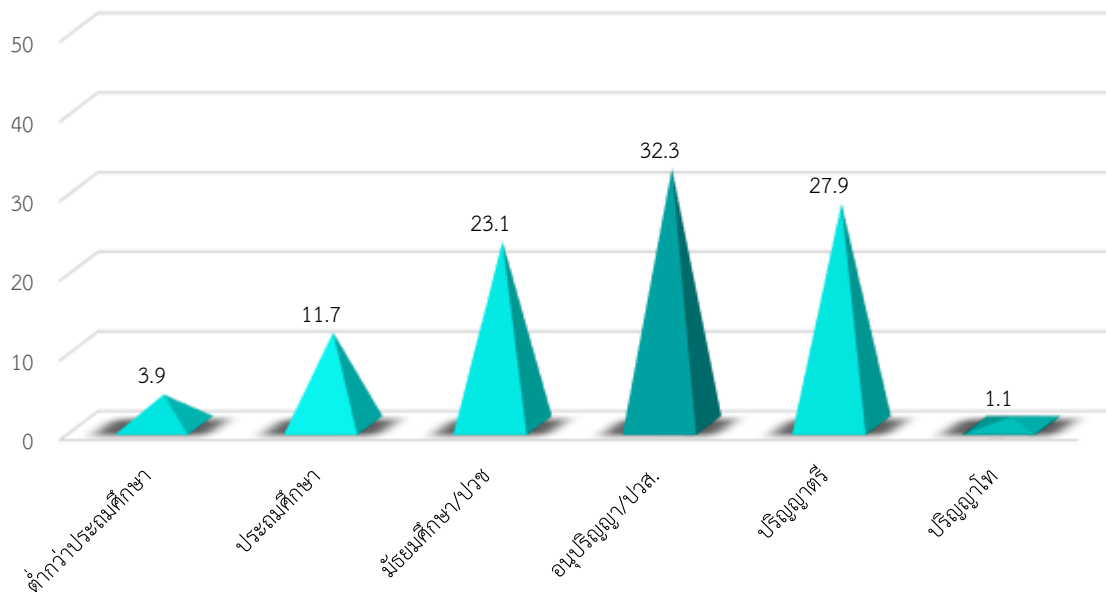


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32.1 (จำนวน 400 คน) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี รองลงมาร้อยละ 21.6 (จำนวน 269 คน) มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และ ร้อยละ 19.1 (จำนวน 238 คน) มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละของอายุและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
อายุ 15-25 ปี	238	19.1
อายุ 26-35 ปี	400	32.1
อายุ 36-45 ปี	269	21.6
อายุ 46-55 ปี	188	15.1
อายุมากกว่า 55 ปี	150	12.0
รวม	1245	100.0

2.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

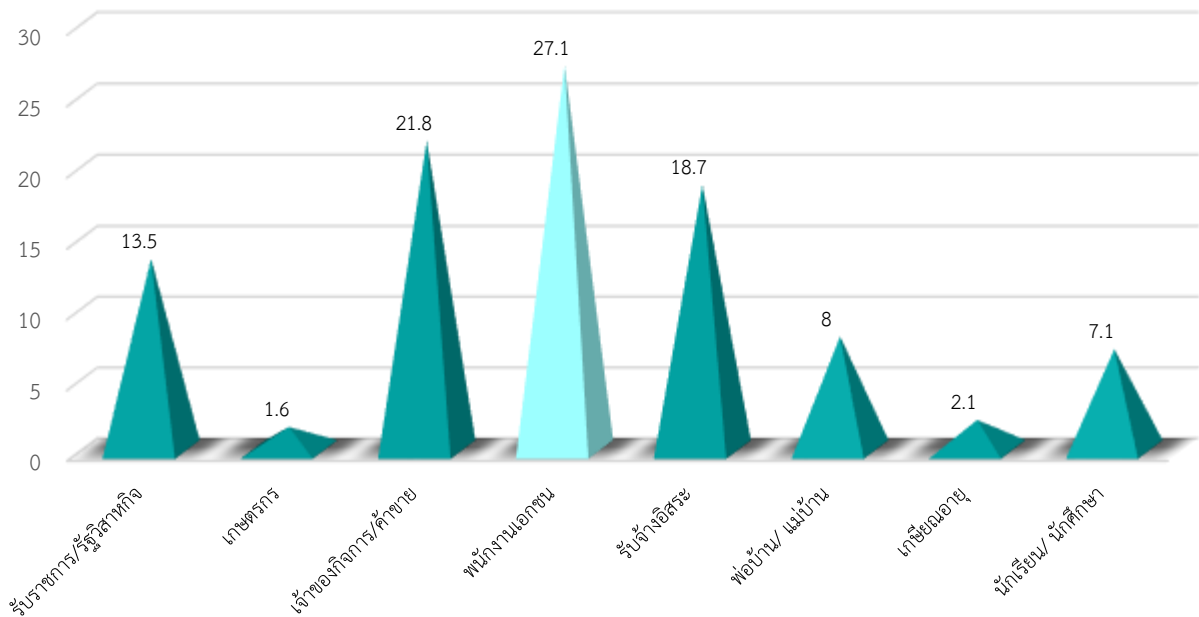


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32.3 (จำนวน 402 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. รองลงมาร้อยละ 27.9 (จำนวน 347 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ เป็นผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 23.1 (จำนวน 287 คน) ตามลำดับดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุดและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	49	3.9
ประถมศึกษา	146	11.7
มัธยมศึกษา/ปวช.	287	23.1
อนุปริญญา/ปวส.	402	32.3
ปริญญาตรี	347	27.9
ปริญญาโท	14	1.1
รวม	1,245	100.0

2.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

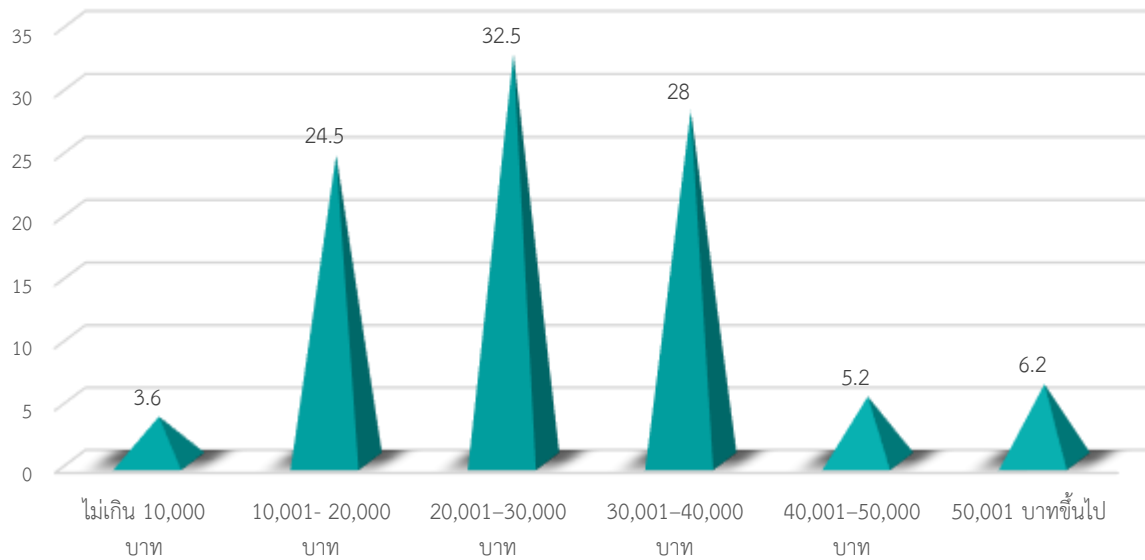


ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 27.1 (จำนวน 338 คน) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมาร้อยละ 21.8 (จำนวน 272 คน) เป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ร้อยละ 18.7 (จำนวน 233 คน) เป็นผู้รับจ้างอิสระ และ ร้อยละ 13.5 (จำนวน 168 คน) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละของอาชีพและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	168	13.5
เกษตรกร	20	1.6
เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	272	21.8
พนักงานเอกชน	338	27.1
รับจ้างอิสระ	233	18.7
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	99	8.0
เกษียณอายุ	26	2.1
นักเรียน/ นักศึกษา	89	7.1
รวม	1245	100.0

2.5 รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน



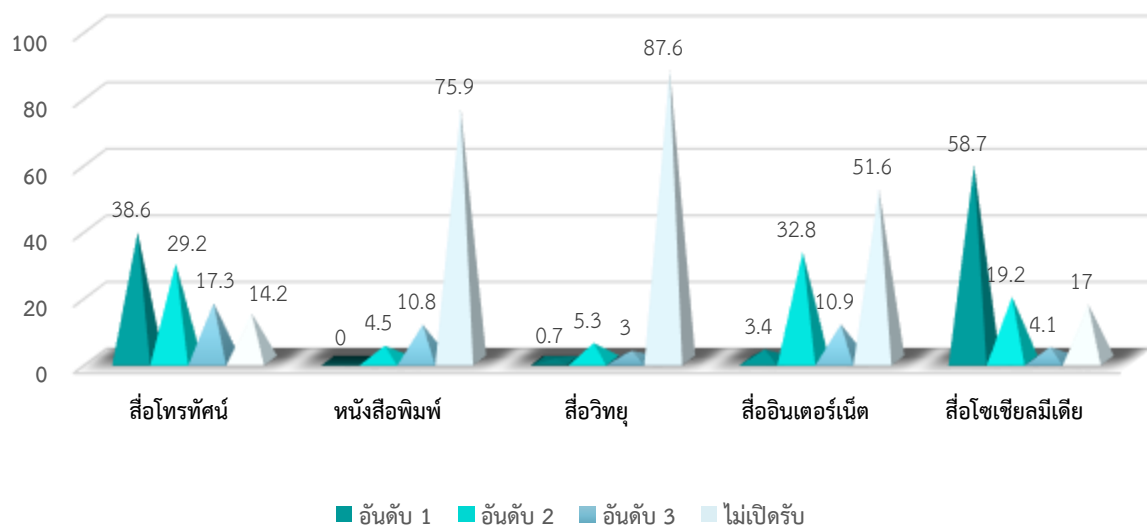
กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32.5 (จำนวน 405 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 28.0 (จำนวน 348 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 30,001-40,000 บาท และ ร้อยละ 24.5 (จำนวน 305 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 10,001- 20,000 บาท ตามลำดับดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละของรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	45	3.6
10,001- 20,000 บาท	305	24.5
20,001-30,000 บาท	405	32.5
30,001-40,000 บาท	348	28.0
40,001-50,000 บาท	65	5.2
50,001 บาทขึ้นไป	77	6.2
รวม	1245	100.0

3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

3.1 การเปิดรับข่าวสาร สาระ ความบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อประเภทต่าง ๆ ต่อสัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง



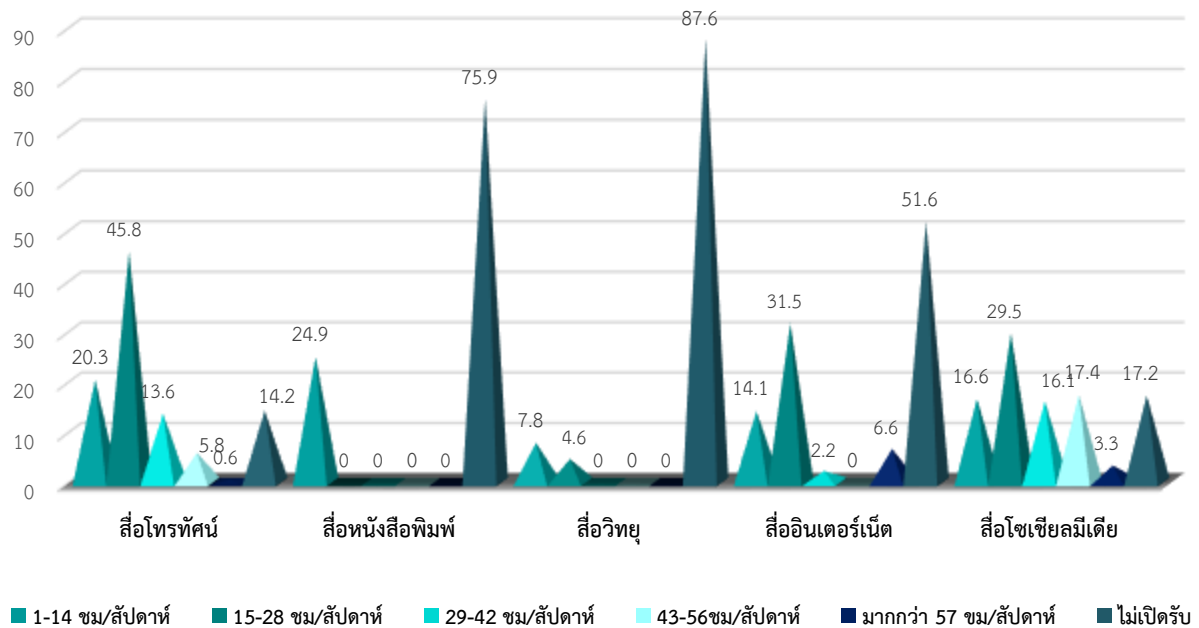
ผลการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอันดับ 1 มากที่สุดร้อยละ 58.7 (จำนวน 242 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรศัพท์ ร้อยละ 38.6 (จำนวน 159 คน) ตามลำดับ และ อันดับ 2 เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตใน มากที่สุดร้อยละ 32.3 (จำนวน 133 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรศัพท์ ร้อยละ 30.3 (จำนวน 125 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงร้อยละของการเลือกเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทสื่อที่เปิดรับ ข่าวสาร สาระ ความ บันเทิง	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		ไม่เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโทรศัพท์	489	39.3	364	29.2	215	17.3	177	14.2
หนังสือพิมพ์	0	0	56	4.5	134	10.8	945	75.9
สื่อวิทยุ	7	.6	66	5.3	37	3.0	1091	87.6
สื่ออินเทอร์เน็ต	42	3.4	408	32.8	136	10.9	643	51.6
สื่อโซเชียลมีเดีย	727	58.4	239	19.2	51	4.1	212	17.0

หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างเลือกรับสื่อมากกว่า 1 ประเภท

3.2 จำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อ



ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อทั้งด้านข่าวสาร สารระ ความบันเทิงจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 45.8 (จำนวน 568 คน) รองลงมาใช้เวลาในการเปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์ จากสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 31.5 (จำนวน 126 คน) และ เปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์จากสื่อโซเชียลมีเดีย ร้อยละ 29.5 (จำนวน 368 คน)

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เปิดรับสื่อวิทยุสูงถึงร้อยละ 87.6 (จำนวน 361 คน) ดัง ตารางที่ 10

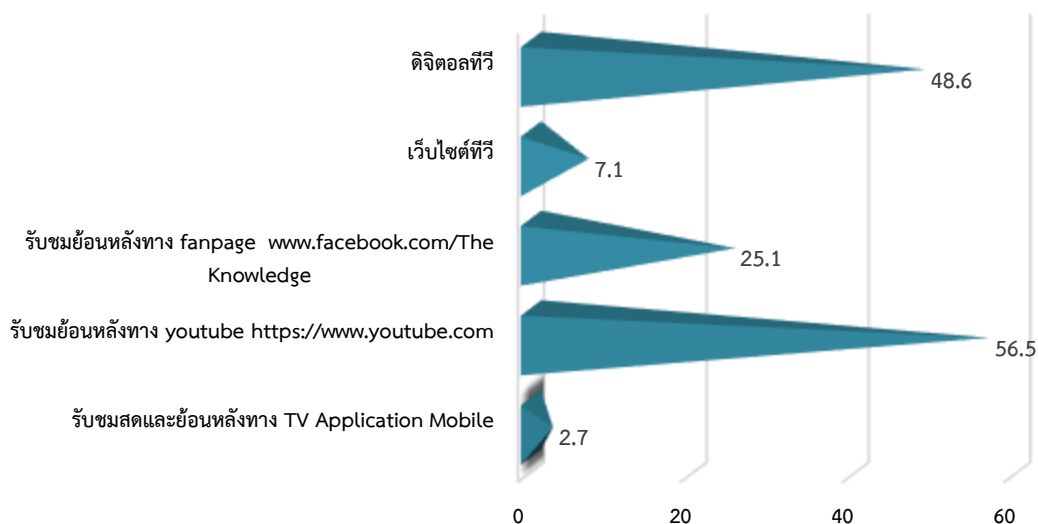
ตารางที่ 10 แสดงร้อยละของจำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนชั่วโมง การเปิดรับสื่อ	สื่อโทรทัศน์		สื่อหนังสือพิมพ์		สื่อวิทยุ		สื่ออินเทอร์เน็ต		สื่อโซเชียลมีเดีย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-14 ชม/สัปดาห์	252	20.3	309	24.9	97	7.8	175	14.1	206	16.6
15-28 ชม/สัปดาห์	568	45.8	-	-	57	4.6	393	31.5	368	29.5
29-42 ชม/สัปดาห์	168	13.6	-	-			27	2.2	201	16.1
43-56 ชม/สัปดาห์	72	5.8	-	-					215	17.4
มากกว่า 57 ชม/ สัปดาห์	8	0.6	-	-			7	0.6	41	3.3
ไม่เปิดรับ	177	14.2	945	75.9	1091	87.6	643	51.6	214	17.2
รวม	1,245	100.0	1,245	100.0	1,245	100.0	1,245	100.0	1,245	100.0

4. การรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนาการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กทปส. เป็นรายการเกี่ยวกับเรื่องของการรู้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ในการสนับสนุนให้ผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อและสามารถตีความข่าวได้อย่างมีสติ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้รับสารมีข้อมูลและความรู้ที่จะนำมาประกอบในการตัดสินใจและใช้วิจารณญาณในการเปิดรับข้อมูล โดยออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 22.00 – 22.30 น. ทางช่อง 3 SD ช่อง 28 ซึ่งในแต่ละสัปดาห์จะมีทั้งผู้เชี่ยวชาญรวมถึงคนในแวดวงสื่อทั้งคนโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ คนวงการบันเทิงมาให้ความรู้และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นนั้น ๆ และมีตัวแทนผู้รับสารมาร่วมแสดงความคิดเห็น

4.1 ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ



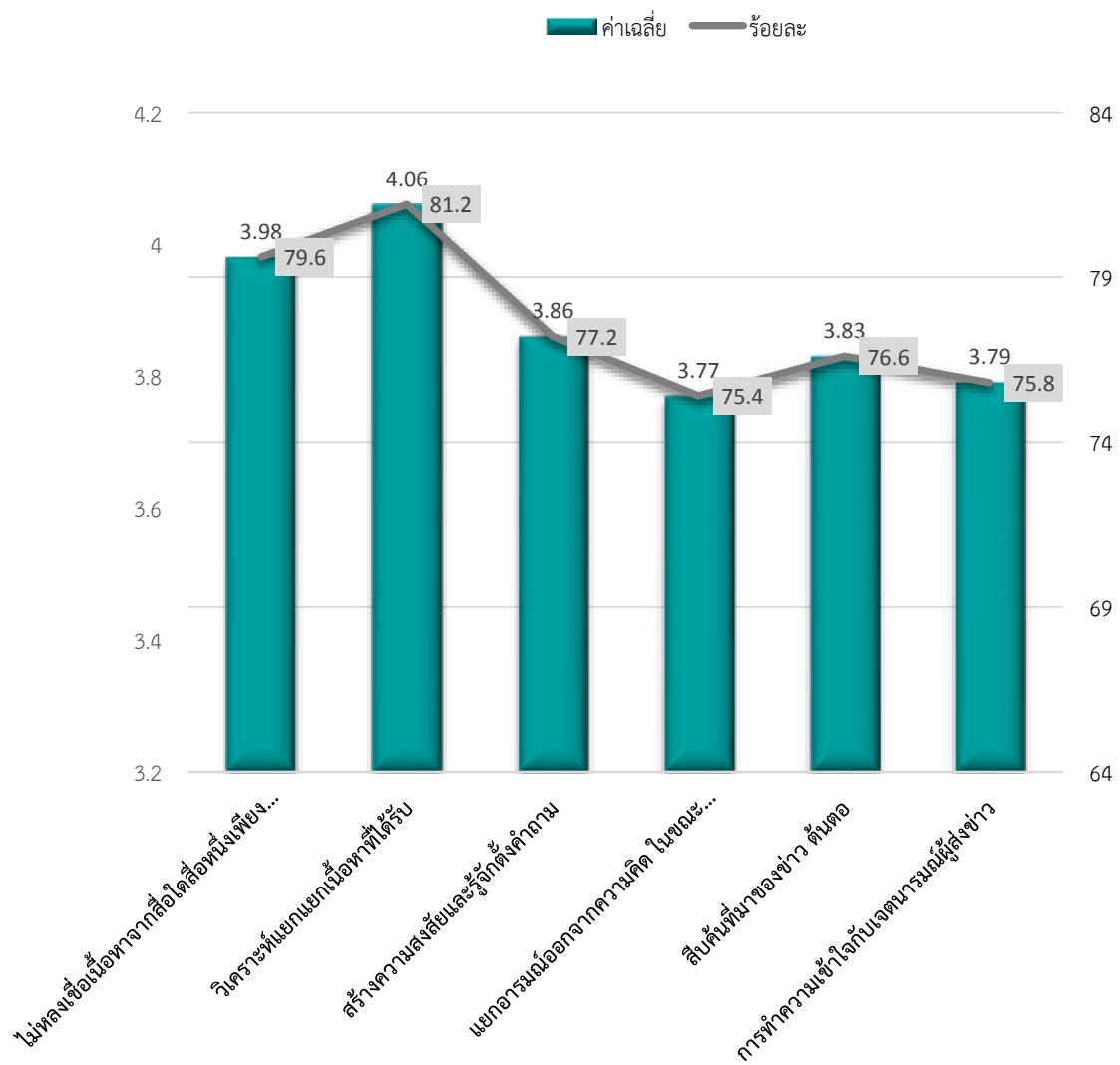
ผลการสำรวจการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมส่วนใหญ่ ร้อยละ 56.5 (จำนวน 703 คน) รับชมผ่านช่องทางย้อนหลังทาง YouTube <https://www.youtube.com> รองลงมา รับชมผ่านช่องทางดิจิตอลทีวี ร้อยละ 48.6 (จำนวน 47.3 คน) และยังรับชมย้อนหลังทาง Facebook fanpage [www.facebook.com/The Knowledge](https://www.facebook.com/TheKnowledge) ร้อยละ 25.1 (จำนวน 105 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละของช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ไม่รับชม		รับชม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดิจิทัลทีวี	640	51.4	605	48.6
เว็บไซต์ทีวี	1156	92.9	89	7.1
รับชมย้อนหลังทาง www.facebook.com/The Knowledge	933	74.9	312	25.1
รับชมย้อนหลังทาง youtube https://www.youtube.com	542	43.5	703	56.5
รับชมสดและย้อนหลังทาง TV Application Mobile	401	97.3	11	2.7

หมายเหตุ กลุ่มผู้รับชมเลือกตอบมากกว่า 1 ช่องทาง

4.2 ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



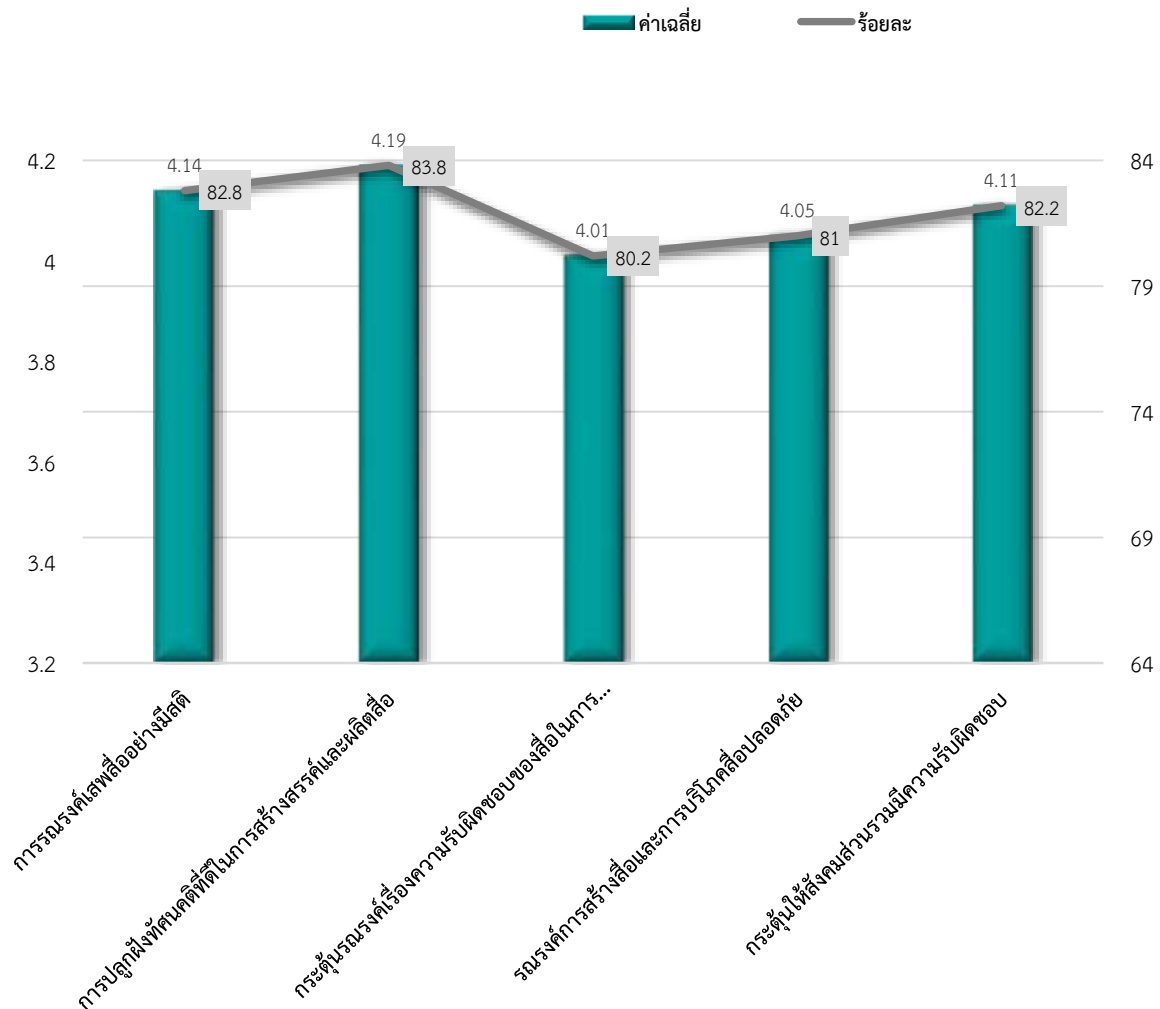
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีรูปแบบวิธีการนำเสนอให้สาระความรู้ด้านองค์ความรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้รับชมรายการ ทั้งนี้ ผลการประเมินผลรายการพบว่า รายการสร้างความรู้ความเข้าใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 77.6

ทั้งนี้ ความรู้ความเข้าใจจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** มีหลากหลายด้านโดยความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการด้านการรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.2 รองลงมา รายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ได้สร้างความรู้ความเข้าใจด้านการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 79.6 และได้สร้างความรู้ความเข้าใจว่า การสร้างความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 77.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ	ค่าสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ
การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว	2.00	5.00	3.98	79.6	มาก
การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ	2.00	5.00	4.06	81.2	มาก
การสร้างความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง	2.00	5.00	3.86	77.2	มาก
การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิดในขณะเปิดรับสื่อ	2.00	5.00	3.77	75.4	มาก
การแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว ต้นตอ	2.00	5.00	3.83	76.6	มาก
การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว	2.00	5.00	3.79	75.8	มาก
ค่าเฉลี่ย			3.88	77.6	มาก

5. มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน



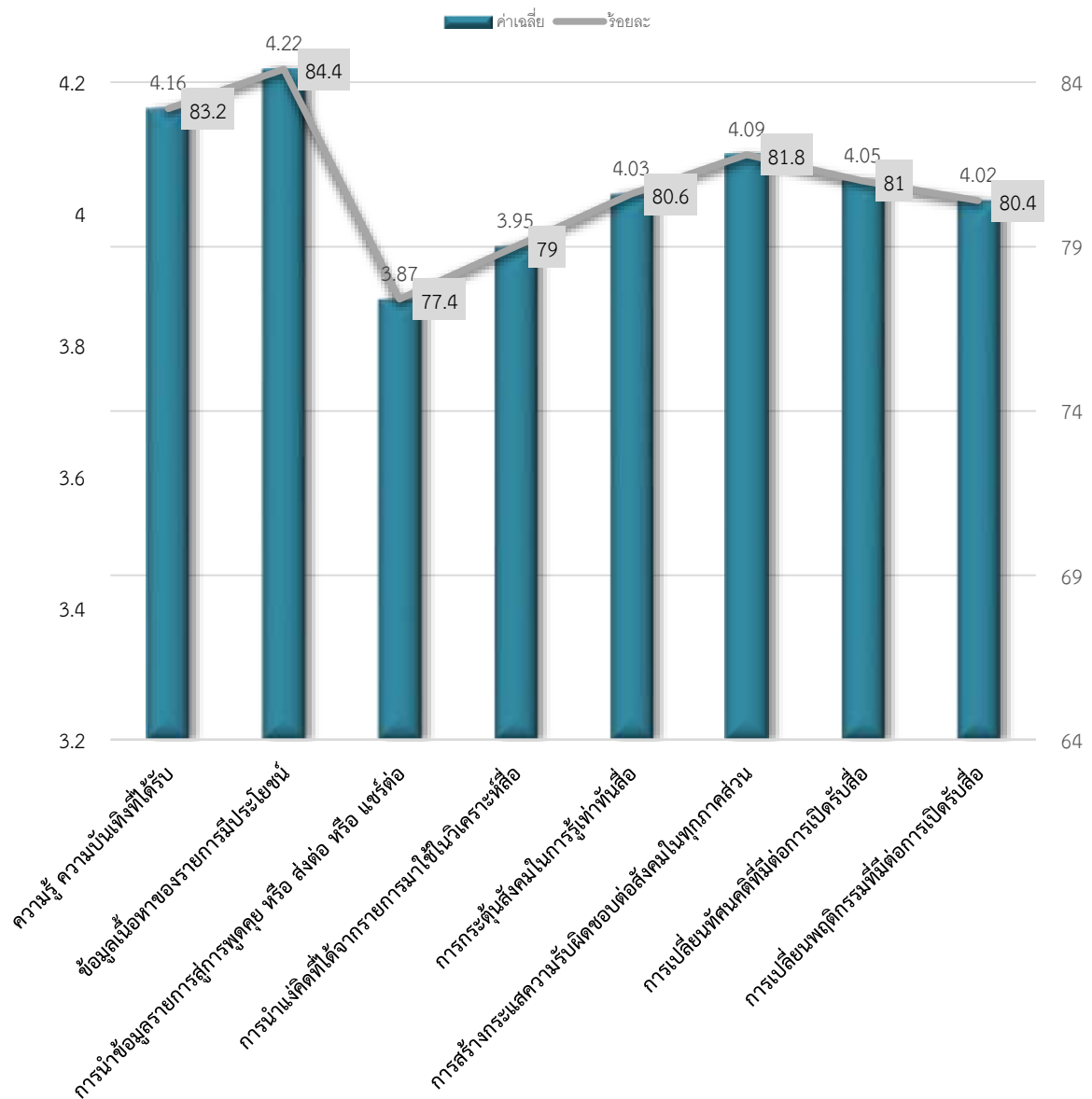
ด้านมุมมองของผู้รับชมรายการในการให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันนั้นผลการประเมินพบว่า กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.10 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82

ทั้งนี้ ประเด็นที่กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันมากที่สุดคือ การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.19 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 83.8 รองลงมา กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน คือ การรณรงค์เผยแพร่อย่างมีสติ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.14 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.8 และ ให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันด้านการกระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.11 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงค่าความถี่และร้อยละของมุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

มุมมองด้านความสำคัญต่อ การเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปล ความหมาย
การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ	3.00	5.00	4.14	82.8	มาก
การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการ สร้างสรรค์และผลิตสื่อ	2.00	43.00	4.19	83.8	มาก
กระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบ ของสื่อในการผลิตข่าว	2.00	5.00	4.01	80.2	มาก
รณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภค สื่อปลอดภัย	3.00	5.00	4.05	81	มาก
กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความ รับผิดชอบ	2.00	5.00	4.11	82.2	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.10	82	มาก

6. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



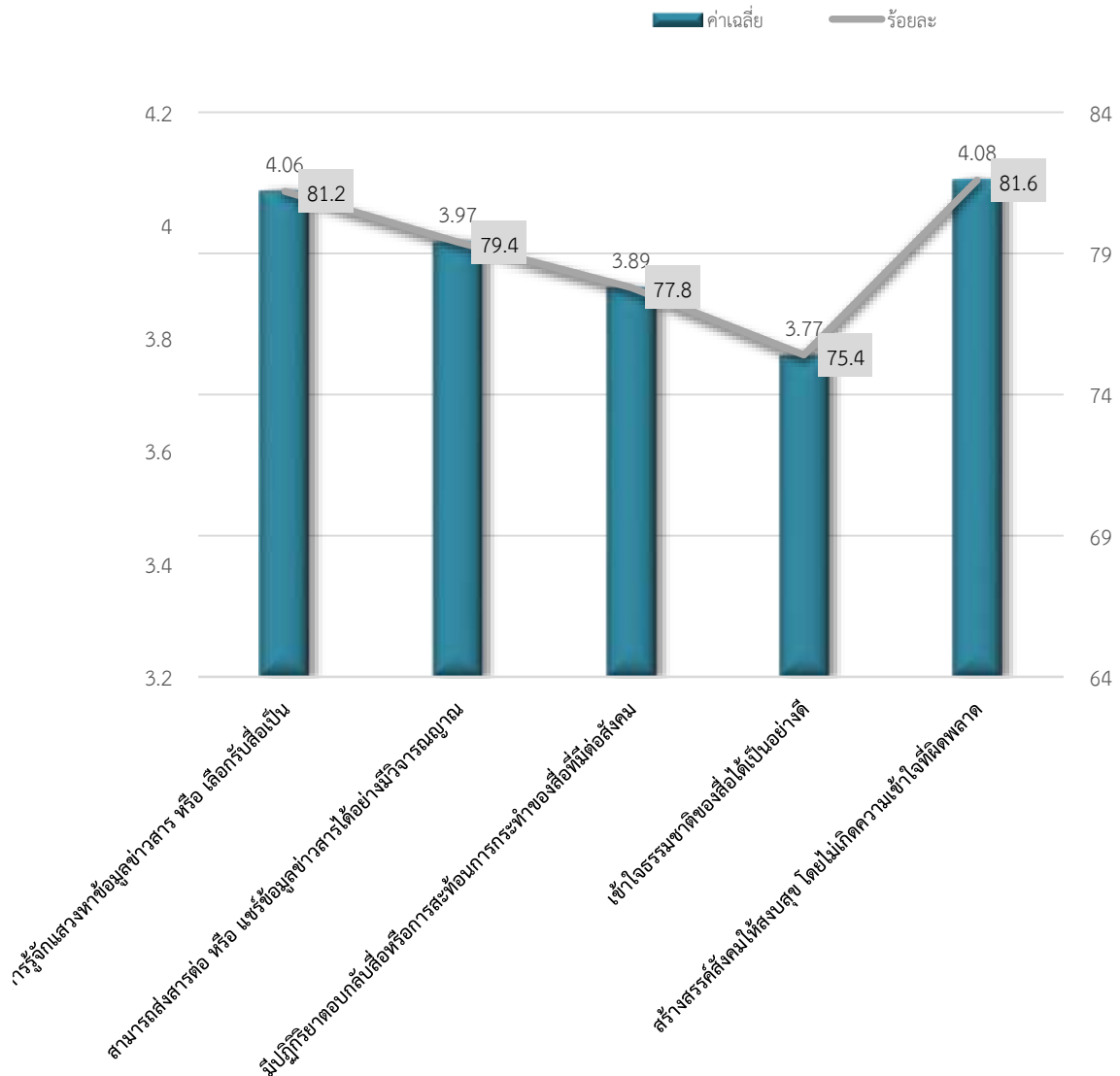
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในภาพรวมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.0

ทั้งนี้ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมมากที่สุดในด้านการสร้างสรรค์ข้อมูลเนื้อหาของรายการที่มีประโยชน์ ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.22 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.4 รองลงมาผู้รับชมพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.16 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 83.2 และ พึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกภาคส่วนในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.09 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปล ความหมาย
ความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับ	2.00	5.00	4.16	83.2	มาก
ข้อมูลเนื้อหาของรายการมี ประโยชน์	2.00	5.00	4.22	84.4	มาก
การนำข้อมูลรายการสู่การ พูดคุย หรือ ส่งต่อ หรือ แชร์ ต่อ	2.00	5.00	3.87	77.4	มาก
การนำแง่คิดที่ได้จาก รายการมาใช้ในวิเคราะห์สื่อ	2.00	5.00	3.95	79.0	มาก
การกระตุ้นสังคมในการรู้เท่า ทันสื่อ	2.00	5.00	4.03	80.6	มาก
การสร้างกระแสความ รับผิดชอบต่อสังคมในทุก ภาคส่วน	2.00	5.00	4.09	81.8	มาก
การเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อ การเปิดรับสื่อ	2.00	5.00	4.05	81	มาก
การเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีต่อ การเปิดรับสื่อ	2.00	5.00	4.02	80.4	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.05	81.0	มาก

7. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย



ผลกระทบจากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้สร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางใดทางหนึ่งแก่ผู้รับสาร โดยผลกระทบด้านหนึ่งคือ การใช้ประโยชน์ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากองค์ความรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** โดยผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย พบว่า มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.95 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 79.0

ประเด็นด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ในประเด็นต่างๆ พบว่า การสร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด เป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยที่ผู้รับสารนำมาใช้ประโยชน์มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากเฉลี่ย 4.08 หรือ ร้อยละ 81.6 รองลงมาพบว่ากลุ่มผู้รับชมได้รับรู้และตระหนักถึงองค์ความรู้ด้านรู้เท่าทันสื่อทำให้ได้ประโยชน์ระดับมากต่อการสร้างพฤติกรรมความรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น ที่ค่าเฉลี่ย 4.06 หรือ ร้อยละ 81.2 และ ช่วยให้ประโยชน์ระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.97 หรือ ร้อยละ 79.4 ทำให้สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีวิจารณญาณตามลำดับดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงค่าความถี่และร้อยละของการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความหมาย
การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น	2.00	5.00	4.06	81.2	มาก
สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีวิจารณญาณ	2.00	5.00	3.97	79.4	มาก
มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อหรือการสะท้อนการกระทำของสื่อที่มีต่อสังคม	2.00	5.00	3.89	77.8	มาก
เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	3.77	75.4	มาก
สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด	2.00	5.00	4.08	81.6	มาก
ค่าเฉลี่ย			3.95	79	มาก

8. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างยังมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาคุณภาพรายการโดยรวม ดังนี้

8.1 รายการมีสาระดีมีประโยชน์มาก

กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 8.27 (จำนวน 103 คน) มีข้อเสนอแนะและความเห็นว่า **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีเนื้อหารายการที่ดี และมีประโยชน์มาก โดยเห็นว่า “รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ เป็นรายการที่ให้ความรู้โดยละเอียดสามารถเข้าใจได้ง่ายถึงผลดีและผลเสียจากสื่อรายการ the knowledge ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสื่อที่ได้รับจริงหรือไม่จริงติดตามรับชมมาตลอดได้ความรู้และคติที่ดีที่สื่อออกมาได้อย่างดี และมีวิเคราะห์ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใกล้ตัวที่ดี น่าสนใจ มีประโยชน์”

8.2 ช่วงเวลาออกอากาศรายการ

จากการประเมินผลถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 7.39 (จำนวน 92 คน) เห็นว่ารายการออกอากาศดีเกินไปแต่รายการออกอากาศดีเกินไปยากให้ออกอากาศเวลา 19.00 เพราะเยาวชนจะได้รับชมมากขึ้นยากให้ออกอากาศตอน 21.00 เพื่อให้ผู้รับชมหลากหลายกลุ่มได้รับชมอย่างทั่วถึง

ตารางที่ 16 แสดงร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม

ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความเห็น	922	74.06
รายการมีสาระดีมีประโยชน์มาก	103	8.27
รายการออกอากาศดีเกินไปแต่รายการออกอากาศดีเกินไปยากให้ออกอากาศเวลา 19.00 เพราะเยาวชนจะได้รับชมมากขึ้นยากให้ออกอากาศตอน 21.00 เพื่อให้ผู้รับชมหลากหลายกลุ่มได้รับชมอย่างทั่วถึง	92	7.39
เป็นรายการที่ให้ความรู้โดยละเอียดสามารถเข้าใจได้ง่ายถึงผลดีและผลเสียจากสื่อรายการ the knowledge ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสื่อที่ได้รับจริงหรือไม่จริงติดตามรับชมมาตลอดได้ความรู้และคติที่ดีที่สื่อออกมาได้อย่างดี และวิเคราะห์ข่าว	128	10.28
รวม	1245	100

3. ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดให้มีการสนทนาอภิปรายกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ” ซึ่งดำเนินการออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ เวลา 22.00–22.30 น. ทางช่อง 3 SD (ช่อง 28) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ และการรับประโยชน์รายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน โดยผลการประเมินมีดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จำนวน 3 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 10 คน
- 2) กลุ่มตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยรุ่นอายุระหว่าง ระหว่าง 26 - 45 ปี จำนวน 10 คน
- 3) กลุ่มตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยรุ่นอายุระหว่าง 46-60 ปี จำนวน 10 คน

2. ความรู้ความเข้าใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) ประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์การรู้เท่าทันสื่อ คือ กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อในหลากหลายประเด็น อาทิ

2.1 ความรู้ความเข้าใจต่อความหมายของการ Cyberbullying ซึ่งหมายถึง การกลั่นแกล้งกันบนโลกไซเบอร์ หรือ การกลั่นแกล้งโดยใช้สื่อดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โพสต์ ส่ง หรือแชร์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาด้านลบของผู้อื่นสู่โลกออนไลน์ เพื่อล้อเลียนให้ผู้ถูกกลั่นแกล้งอับอาย ถูกเกลียดชัง หรือเสื่อมเสียชื่อเสียง โดยเจตนาที่จะทำลายชื่อเสียงหรือทำให้ผู้อื่นลำบากโดยเฉพาะเมื่อเป็นโลกออนไลน์แล้ว การกลั่นแกล้งนี้จะเกิดขึ้นซ้ำ ๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าร้ายแรงอย่างมากในยุคสมัยปัจจุบัน

ลักษณะของการ Cyberbullying มีหลากหลายรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมเคยพบเจอในโลกไซเบอร์ อาทิ เช่น การแอบอ้างหรือแอบแฝงที่ไม่เปิดเผยชื่อ ภัยคุกคามอันตรายในลักษณะซุบซิบนินทา โดยผู้กระทำความผิดและผู้สังเกตการณ์ไม่ชัดเจน โลกไซเบอร์ไร้สัญญาดีไม่มีขอบเขต สามารถเกิดได้ตลอดเวลาไม่จำกัดสถานที่

2.2 ความรู้ความเข้าใจต่อการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ (Online Media Literacy)

ด้านความรู้เรื่องการซื้อของออนไลน์ในรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อนั้น พบว่า การซื้อของออนไลน์เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในสังคมของผู้บริโภคจากที่ต้องเดินออกจากบ้านเพื่อไปหาซื้อของเข้าบ้านเปลี่ยนเป็นการซื้อสินค้าอยู่บ้าน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน เพราะสามารถส่ง จ่าย ซื้อของได้ง่ายแค่เพียงมีคอมพิวเตอร์ หรือ สมาร์ทโฟน แล้วกดเลือกซื้อสินค้า

ทุกวันนี้การ ซื้อสินค้าออนไลน์ ถือเป็นเรื่องที่ไม่ไกลตัวอีกแล้ว เพราะมีเทคโนโลยีต่างๆ ออกมารองรับส่วนนี้อย่างมากมาย จนทำให้การซื้อสินค้าออนไลน์ มีความสะดวกขึ้นเป็นอย่างมาก ทั้งการเลือกดูสินค้า การจ่ายเงิน การส่งขน ล้วนแล้วแต่มีบริการออกมารองรับมากมาย จึงไม่แปลกเลยที่การซื้อสินค้าออนไลน์นั้นจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนยุคนี้

2.3 ความรู้ความเข้าใจต่อ “รู้จักใช้สื่อออนไลน์ เข้าใจภัยต่อสุขภาพ”

ปัจจุบันคนเราใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยถึง 8-10 ชั่วโมงต่อวัน และที่น่ายินดีไปกว่านั้นเราใช้เวลาว่างครั้งหนึ่งหรือประมาณ 4-5 ชั่วโมงต่อวันไปกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook ที่กำลังได้รับความนิยมสูงสุด ที่ทำให้เราสามารถมีตัวตนอีกแห่งหนึ่งได้อย่างสะดวกสบาย และเป็นตัวเราในแบบที่เราอยากให้เป็นได้ จนทำให้หลายๆ คนนั้นรู้สึกว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างความสุขได้ง่ายมาก เพราะทั้งมีเพื่อนที่เพิ่มขึ้น คลายเหงาได้ หรืออย่าง Twitter ที่ให้เราสามารถพิมพ์ข้อความสั้นๆ ว่าทำอะไร อยู่ที่ไหน รู้สึกหรือคิดอย่างไร ทำให้เรารู้สึกว่าไม่ขาดการติดต่อจากโลกออนไลน์

ความรู้ความเข้าใจต่อ “รู้จักใช้สื่อออนไลน์ เข้าใจภัยต่อสุขภาพ” จากประเด็น สื่อออนไลน์และสมาร์ทโฟนซึ่งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ ถ้าใช้เกินความจำเป็นก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ร้ายแรง อาทิ โรคซึมเศร้าจากเฟซบุ๊ก, โรคละเมอแชท, โรควันในตาเสื่อม หากใช้ให้เป็นรู้เท่าทัน จัดสรรเวลาได้ ก็อาจเป็นตัวช่วยให้เราห่างจากโรคภัยไข้เจ็บเหล่านี้

3 ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ประเด็น ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ คือ ความพึงพอใจต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อให้ผู้รับชมตระหนักถึงการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้รับชมรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมด้านความสงสัยใคร่รู้ไปสู่การตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง ตลอดจนการมีติแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อ หรือการแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว ตันตอ และ การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว

3.1 ความพึงพอใจต่อการสร้างความรู้วิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อ

โดยเนื้อหารายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ได้สร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มผู้รับชมรายการด้านการจัดการต่อความขัดแย้ง หรือ การกลั่นแกล้งกันในโลกไซเบอร์ หรือ Cyberbullying ทั้งนี้ได้รับความรู้ว่า เมื่อโดนกลั่นแกล้งผ่านโลกดิจิทัล (Cyberbullying) ต้องเก็บหลักฐานเพื่อใช้ในข้อกฎหมาย โดยหลักฐานที่น่าเข้าแจ้งความจะต้องมีอายุไม่เกิน 3 เดือน ถึงแม้ว่าในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่เจาะจงเฉพาะ Cyberbullying แต่มีกฎหมายที่คาบเกี่ยวที่บังคับใช้ 2 ฉบับ คือ ประมวลกฎหมายอาญา มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 3 มาตรา และ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

3.2 ความพึงพอใจต่อการเข้าใจวิธีการทำงานของสื่อออนไลน์ว่ามีความหมายอย่างไร

ปัจจุบันร้านค้าออนไลน์ เกิดขึ้นอย่างมากมายมหาศาล สินค้าหลากหลายชนิด นับเป็นยุคของใคร่อยากค้าขาย ก็สามารถทำได้สะดวกสบาย ในขณะที่ผู้บริโภคในสังคมก็หันมามองจอ อ่านอะไร เปิดหน้าต่างในออนไลน์ ก็พบแต่โฆษณา สมาร์ทโฟนในมือคือ ตลาด คือจุดโฆษณา และเป็นการโฆษณาที่ซับซ้อน มีการให้ข้อมูลทางวิชาการมาประกอบ มีการอ้างอิงหน่วยงานเด่นๆ ดังๆ อ้างอิงบุคคลที่มีชื่อเสียง สร้างข้อความที่เป็นความจริงกับความเท็จปะปนกันในโลกออนไลน์

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าได้รับอิทธิพลจากกลไกการทำงานด้านการตลาดของร้านค้าออนไลน์ ผู้บริโภคยุคนี้ จึงนิยมซื้อ เราสามารถเข้าใจได้ว่า การนำเสนอในออนไลน์ มักจะมีความน่าสนใจ ใช้คำกล่าวอ้าง ชักจูง โน้มน้าวใจได้ง่าย ด้วยภาพ ด้วยเสียง ด้วยเทคนิคในระบบออนไลน์

3.3 ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการใช้สื่อออนไลน์ให้รู้เท่าทัน

การซื้อขายสินค้าออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างมาก และมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ในอีกด้านหนึ่ง การเติบโตของธุรกิจออนไลน์ก็ทำให้เกิดปัญหาหลายอย่างตามมา เช่น ได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือคุณภาพต่ำกว่าที่โฆษณาขายไว้ทางออนไลน์ ได้สินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ หรือไม่ตรงกับความต้องการ รวมไปถึงการโฆษณาเกินจริง หลอกลวงผู้บริโภค จนกลายเป็นปัญหาที่มีการร้องเรียน

จากการประเมินผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า ปัญหาการซื้อสินค้าออนไลน์ที่เคยพบ คือ การหลอกลวง สินค้าไม่ตรงในภาพ สินค้าไม่มีคุณภาพที่อวดอ้าง สินค้าอันตราย สินค้าผิดกฎหมาย โอนเงินไปแล้วไม่ได้รับสินค้า และเมื่อเข้าสู่การร้องเรียน บางครั้งก็ไม่สามารถใช้กฎหมายให้ได้ผล ตามที่ควรจะเป็น เนื่องจากมักปิดร้านออนไลน์หนี และหากติดตามคดีจนถึงที่สุด ก็อาจมีความล่าช้า และเอกสารที่เป็นหลักฐาน อาจไม่เพียงพอที่จะดำเนินการ

ทั้งนี้ ประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ให้ข้อมูลหลักฯ เห็นว่า การใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลของสินค้า และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ขายและสินค้าที่ขายก่อนการตัดสินใจซื้อเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ มีการบริหารจัดการใช้สื่อออนไลน์ให้รู้เท่าทัน

3.4 ความพึงพอใจต่อการรู้จักการดูแลสิทธิความเป็นส่วนตัวของตัวเอง

การกลั่นแกล้งเกิดขึ้นได้กับทุกคน แต่เด็กและเยาวชนอาจไม่รู้วิธีสิทธิของตัวเองอยู่ตรงไหนในการที่จะปฏิเสธการโดนกลั่นแกล้ง เราจึงควรให้ความสำคัญมาก ๆ ในการให้ความรู้ว่าการที่จะมีตัวตนอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต ต้องรู้อะไรบ้าง ประพฤติตัวกันอย่างไร และที่ไม่ควรมองข้ามคือ การดูแลสิทธิความเป็นส่วนตัวของตัวเอง

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้รับชมเห็นว่า “การตั้งพาสเวิร์ดตั้งกันจะต้องรักษากันอย่างไร เพราะถ้าเกิดการขโมย หรือ แอบลักจำพาสเวิร์ด หรือ มีการสร้างตัวตนปลอม ที่เรียกว่า Identity Thief แล้วเอา ตัวตนปลอม ไปทำโน่นนี่ เช่น ยืมเงิน จีบ หรือ ขวนมีเพศสัมพันธ์กับคนอื่นในโลกโซเชียล ดังนั้นเราต้องให้ความรู้ว่าจริงๆ แล้วพาสเวิร์ด มันไม่ใช่การที่ให้เพื่อนเอาไปต้องรักษาข้อมูลส่วนตัวของเขา”

3.5 ความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านพื้นที่

หมายถึงการจัดการพื้นที่ด้านสื่อ คือความตระหนักว่าพื้นที่ของสื่อออนไลน์นั้น มีใช้พื้นที่ส่วนตัวหรือสาธารณะอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่มันคือ “พื้นที่ส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะ” พื้นที่นั้นมีคนสร้างขึ้นมาให้เราใช้เราเพียงแค่นี้ รู้สึกไปเองว่าเราเป็นเจ้าของเท่านั้น เราต้องการพูดเรื่องส่วนตัวให้คนทั้งโลก หรืออย่างน้อยก็เพื่อนๆ ในสังคมเขาได้ยินกัน

การสร้างการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อด้านพื้นที่ คือ เราต้องจัดการการโพสต์บนพื้นที่สาธารณะ ต้องตระหนักถึงผู้คน

3.6 ความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านเวลา

หมายถึงการจัดการเวลา การที่เราใช้ เวลามาน้อยเพียงใด มนุษย์ในยุคสังคมสารสนเทศใช้เวลาไปกับสื่อมากขึ้นทั้งในพฤติกรรมการใช้สื่อหลากหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน และทำกิจกรรมหลายอย่างพร้อมๆ กัน ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จึงหมายความว่า “เรารู้ว่าใช้เวลาไปกับมันมากเกินไป หรือ ควรรู้ว่า เวลาใดควรใช้หรือควรใส่ใจกับกิจกรรมอื่นๆ บ้าง”

ผู้คนในโลกสื่อใหม่หลายล้านคนเป็นโรคเสพติดอินเทอร์เน็ต ติดเกมส์ ติดแชท และติดเครือข่ายสังคม พวกเขา “ใช้เวลามากเกินไป” และ “ใช้มันอย่างฟุ้งเฟ้อ” จนลดทอนความสำคัญของกิจกรรมอื่นๆ ในชีวิตไปมาก

สื่อสังคมออนไลน์ยังได้เข้ามากำหนดความเร็ว และการแข่งขันให้ผู้คน "กับดักของความเร็ว/ช้า" เช่น รีบกดแชร์ กดไลค์หรือปล่อยข่าวลือไปเร็ว เพราะต้องการแข่งกับสื่ออื่นๆ หรือ เพราะเราอยากจะเป็นส่วนหนึ่งของการส่งต่อข่าวที่เราเชื่อมั่นว่าจริง เราจึงควรรู้เท่าทันว่า เส้นแบ่งเวลา และกับดักความเร็ว นั้น เหล่านี้มากำหนดปัจจัยสำคัญของความถูกต้องของข่าวสาร และความเร่งรีบกลัวตกข่าวของเราให้เราระวนระวายใจ เหมือนที่เขาเรียกว่าเป็นโรค "โรคกลัวตกข่าว"

3.7 ความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านตัวตน (self)

หมายถึงการใช้ หรือ มอง หรือ สร้าง หรือ ปฏิบัติ และวางกรอบตัวตนเราอย่างไร? การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์นั้นผู้ชม ผู้อ่าน ผู้ฟัง กลายเป็นผู้คิดเขียนบอกเล่าแชร์ส่งต่อออกไปในคนคนเดียวกัน สู่ความเป็น "โลกของผู้ใช้สื่อ" ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อในยุคปัจจุบัน จึงควรพูดถึงการรู้เท่าทัน "ตัวเราเอง" เพื่อควบคุมตัวเอง กับการจัดการตัวเองให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ

3.8 ความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านความเป็นจริง

หมายความว่า การรู้ รับรู้ว่า อะไร คือ ความจริง ข้อเท็จจริง หรือความเป็นจริง ทั้งนี้ ความจริงในโลกอินเทอร์เน็ต คือ ความจริงเสมือน (virtually) เช่น ภาพกราฟิกจำลองคอมพิวเตอร์ หรือเกมส์โลกออนไลน์ต่าง ๆ ที่พาเราเข้าไปสู่จินตนาการอันเหลือเชื่อ และบางครั้งนำไปสู่โลกของความจริงเหนือจริง (surrealism) ที่นำเราเข้าไปสู่โลกแห่งความฝัน ผจญภัย ล้วงลึกก่อความรักและอาชญากรรมกระทั่งสร้างความฝัน ปมขัดแย้งในชีวิตสู่โลกของตัวจริง ๆ

สื่อออนไลน์ได้ทำให้ความจริงมีหลายชั้น และเป็นความจริงเสมือนจริงซับซ้อน การเสพติดสื่อออนไลน์มีความจริงอยู่หลายระดับ ผู้ใช้สื่อออนไลน์ต้องมีวิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านความเป็นจริงว่า อะไร คือ ความจริง ข้อเท็จจริง หรือความเป็นจริง

4. ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในฐานะเป็นผู้ใช้สื่อสังคมข้อมูลข่าวสารจึงควร "รู้เท่าทันอำนาจของตัวเอง" ในที่นี้จึงหมายถึง การรู้ตัวเอง การรู้เท่าทันสื่อในยุคปัจจุบันในโลกออนไลน์ การรู้เท่าทันตัวเราเอง เราก็จะใช้สื่อและอยู่ร่วมกับสื่ออย่างมีความสุข

ในยุคหนึ่ง สื่อเคยมีผลกระทบมากมายต่อชีวิต ทัศนคติ ความรู้ พฤติกรรมและจิตวิญญาณของเรา ผู้รับสารกลายเป็นผู้ตั้งรับ รอกระบวนการสร้างข่าวสารจากสื่อทางเดียว แต่ในโลกสื่อออนไลน์ผู้ใช้สื่อมีอำนาจสื่อสารกับโลกภายนอก ผู้ใช้สื่อทุกคนหันมาพูดเรื่องตัวเองมากขึ้น ต่างคนต่างผลิตข่าวสาร ทั้งอารมณ์ แสดงความรู้สึก รัก โกรธ อวดเก่ง ขี้อิจฉา ความรุนแรง อคติ ความเกลียดชัง ต่างถูกโยนทิ้งลงมาที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงมีทั้งพลังทั้งด้านบวกด้านลบ มีพลังสร้างสรรค์และทำลาย

ดังนั้น ทุกคนจึงเป็นผู้ที่สามารถสร้างผลกระทบต่องสังคมได้ทั้งหมด ด้วยเนื้อหา เวลาและสถานการณ์

การที่ทุกฝ่ายตื่นตัวรู้เท่าทันการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นความสำคัญต่อเพื่อนมนุษย์ เป็นความสัมพันธ์ของคนในสังคมด้วยกัน เพราะสุดท้ายแล้วอีกฟากหนึ่งของโลกไซเบอร์ก็เป็นมนุษย์เหมือนกัน จึงต้องเคารพความเป็นตัวตนของอีกฝ่าย ต้องปลูกฝังความคิดให้ได้ว่าคนเราอาจจะมีได้สมบูรณ์แบบ และ ตัวเราเอง

ก็ไม่ได้สมบูรณ์แบบเช่นกัน ดังนั้น ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันคือต้องรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ

5. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

“การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนจะต้องมองไปถึงต้นตอของปัญหา นั่นคือการสร้างวัฒนธรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ในการร่วมกันแก้ปัญหาและปลูกฝังวัฒนธรรมนี้” เป็นการรณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัยและ วัฒนธรรมเรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าวโดยควรใช้ประโยชน์ดังนี้

5.1 การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อ

การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อโดยการตระหนักว่า Nobody's Perfect หรือ ไม่มีใคร ในโลกนี้สมบูรณ์แบบ ด้วยการคิดสักนิดก่อนจะทำร้ายหรือกลั่นแกล้งใครก็ตาม หากไม่ยอมมีตราบาปติดตัวไปตลอด ชีวิตหรือโดนตราหน้าว่าเป็นไม่ดี เพราะทุกคนมีความเป็นมนุษย์เหมือนกันและคงไม่มีใครสมบูรณ์แบบไปเสียทุกเรื่อง บางครั้งอาจมีด้านมืดที่ไม่อยากให้ใครเห็น เถอะเช่นตัวเรา เพราะฉะนั้นก่อนจะทำร้าย ก็ให้คิดถึงความเป็นมนุษย์ตรงนี้ สักนิด แม้ในประเทศไทยยังไม่ได้มีมาตรการจัดการกับเรื่องนี้อย่างสมควรนัก และที่น่าเป็นห่วงคือ เหยื่อส่วนใหญ่มีอายุน้อยลงทุกวัน การกลั่นแกล้งเพียงอย่างเดียวอาจนำไปสู่การฆ่าตัวตายไม่ได้ก็จริง แต่การปล่อยปละละเลยจาก ผู้ปกครอง และจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยความไร้ภูมิภาวะ อาจนำไปสู่เรื่องราวที่บานปลายในที่สุด

5.2 ความสามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณ

ปัจจุบัน “อินเทอร์เน็ต” กลายเป็นเรื่องใกล้ตัวคนทุกเพศทุกวัย และสมาร์ตโฟนกลายเป็นอุปกรณ์ จำเป็นในชีวิตประจำวัน แต่ขณะเดียวกันก็เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลทำร้ายจิตใจของคนคนหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว แค่ “คลิก” โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่ยังขาดการยั้งคิดและไม่รู้เท่าทัน สาเหตุของการเกิด Cyberbullying เกือบทั้งหมด มักเริ่มก่อตัวจากความขัดแย้ง ความเห็นต่างหรือมีกรณีพิพาทระหว่างคน 2 คน ลูกหลานจนเป็นชนวนของการรังแกกัน ต่อในโลกออนไลน์ นอกจากนี้ ผู้คนยังเข้าใจว่าโซเชียลมีเดีย คือ พื้นที่ส่วนตัวระบายความรู้สึกได้ ถ้อยคำที่ใช้โพสต์จึง ออกแนวรุนแรง โพสต์ เสียดสี หรือสร้างความเสียหายให้อีกฝ่าย และแสดงอารมณ์แง่ลบออกมาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องเกรงใจ

ดังนั้นจึงควรสร้างพฤติกรรมกรรมการส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณ ด้วยการ หยุดพูดร้ายให้กับคนอื่น แล้วหันมาพูดเรื่องดี ๆ นอกจากจะไม่สร้างความทุกข์ให้ชีวิตคนอื่นยังประกอบสร้างความสุข ให้กับตัวเองได้อีกด้วย คิดดี พูดดี แบบนี้เพื่อชีวิตจะมีแต่เรื่องดี ๆ

นอกจากนั้น การใช้ประโยชน์จากการรู้เท่าทันสื่อ คือ การหยุดพฤติกรรมเสี่ยง ที่จะถูกกลั่นแกล้งบน โลกออนไลน์อย่างมาก การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากยังเป็นความเสี่ยง ทั้งการรับคนอื่นที่ไม่รู้จักมาเป็นเพื่อน การแชต หรือออกไปพบกับคนแปลกหน้า ใช้รูปจริงเป็นรูปโปรไฟล์ การไม่ตั้งค่าความเป็นส่วนตัวส่วนตัวในการใช้งาน การปล่อยให้ ผู้อื่นรู้รหัสเข้าใช้งาน รวมถึงไม่ log out ออกเมื่อใช้งานเสร็จหรือให้ผู้อื่นยืมใช้โทรศัพท์

5.3 เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี หรือ สามารถเป็นผู้ผลิตสื่อเอง โดยก่อให้เกิดสื่อที่ดีๆ มีประโยชน์เพื่อสังคมด้วยการสร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง

หากย้อนไปสมัยก่อนที่โลกรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อมวลชนมักจะทำงานในระบบท่อน กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารจะไม่มีทางถูกเผยแพร่ออกไป ถ้าผู้ที่ควบคุมอยู่ยังไม่อนุญาต ทำให้สื่อมวลชนแต่ละคนต้องเสนอข้อมูลข่าวสารกันบนพื้นฐานของวิชาชีพและจรรยาบรรณสื่อ ที่ต้องเสนอข่าวอย่างไร้อคติ (Impartial) จึงมีมาตรการควบคุมอย่างเป็นระเบียบแบบแผนชัดเจน แต่โลกทุกวันนี้ถูกขับเคลื่อนด้วยอินเทอร์เน็ต ประโยชน์ก็คือทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และทุกคนมีสมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่รวมคุณสมบัติหลายอย่างไว้ด้วยกัน เช่น ถ่ายรูปอัดวิดีโอ บันทึกเสียง และสามารถอัปโหลดข้อมูลไปสู่อินเทอร์เน็ตได้ในแทบจะทันที ใคร ๆ ก็สามารถอัปโหลดเนื้อหาได้ ขอแค่มีอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

ทำให้ทุกคนล้วนทำตัวเหมือนสื่อมวลชนในแขนงใดแขนงหนึ่ง แต่เป็นสื่อมวลชนที่ยังไม่ได้จัดระเบียบ เพราะข้อเสียของอินเทอร์เน็ต คือ ไม่สามารถควบคุมดูแลอย่างทั่วถึงได้ พวกเขายังเผยแพร่เนื้อหาที่ยังไม่ถูกกลั่นกรอง และไม่สมควรออกไปโดยที่มียังคิด และที่สำคัญ คือ ปราศจากความรู้สึกลึกซึ้งใด ๆ

ดังนั้น การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ทุกภาคส่วนในสังคมควรร่วมมือกันสร้างและปลูกฝังวัฒนธรรมใหม่ในสังคมไทย เพื่อสร้างจิตสำนึกในการใช้โซเชียลมีเดียในเชิงสร้างสรรค์ มากกว่าเป็นอาวุธในการทำลายคู่ขัดแย้ง เพื่อให้ประเทศไทยเป็นสังคมที่ปราศจากการกลั่นแกล้งกัน ให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน ไม่ลดคุณค่าในตัวเองของผู้อื่นลงเพื่อความสนุกสนาน

6. สรุปและข้อเสนอแนะด้านคุณภาพรายการโดยภาพรวม

ผลจากการได้รับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า ทำให้รู้จักการแยกแยะเจตนาของสื่อมวลชนผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์การโพสต์ การแชร์ ไม่หลงเชื่อ เนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิด วิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถามว่า สิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง

ในอีกประเด็นหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** เกิดการรู้จักแยกแยะอารมณ์ออกจากความคิดในขณะที่เปิดรับสื่อ โดยจะการแสวงหาหรือสืบค้นที่มาของต้นตอข่าวก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อ

ทั้งนี้ เนื้อหารายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ได้สร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มผู้รับชมรายการด้านการจัดการต่อความขัดแย้ง จากการที่ทุกฝ่ายตื่นตัวรู้เท่าทันการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นความสำคัญต่อเพื่อนมนุษย์ เป็นความสัมพันธ์ของคนในสังคมด้วยกัน อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะในด้านรูปแบบรายการว่า ควรนำเสนอในรูปแบบที่ดึงดูดใจผู้รับชมมากกว่านี้ เพื่อให้คนติดตามชมมากขึ้น เนื่องจากเป็นรายการที่สาระประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง

4. ผลการประเมิน

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถ

ในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

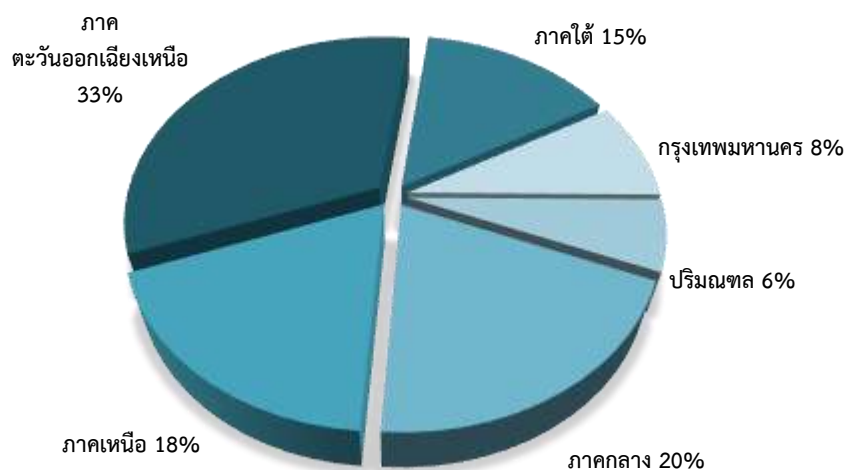
ครั้งที่ 1

4. การประเมินผลครั้งที่ 1

โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การประเมินผลการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน และ ประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ ตลอดจน ความรู้ ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยของประชาชนตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์โดยดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจ ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครั้งที่ 1 จำนวน 412 ตัวอย่าง มีผลการประเมินครั้งที่ 1 ดังนี้

1. จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่การสำรวจในการดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ



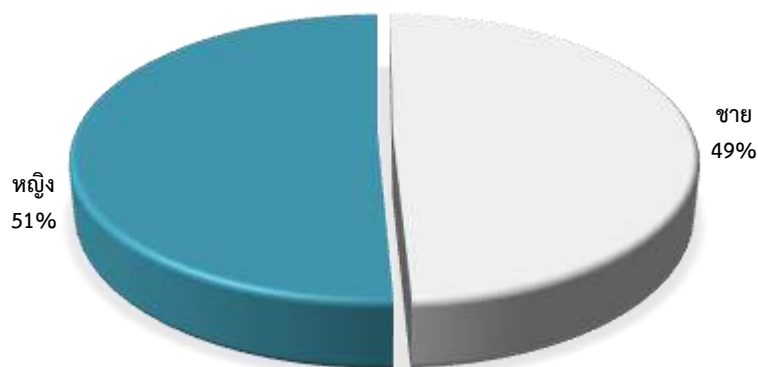
การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณครั้งที่ 1 โดยการลงพื้นที่สำรวจจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และ กรุงเทพมหานคร – ปริมณฑล รวม 412 ตัวอย่างโดยเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุดร้อยละ 32.77 (จำนวน 135 คน) รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคกลางร้อยละ 19.90 (จำนวน 82 คน) กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือร้อยละ 18.20 (จำนวน 75 คน) กลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้ร้อยละ 14.56 (จำนวน 60 คน) และ กรุงเทพมหานครร้อยละ 8.50 (จำนวน 35 คน) ปริมณฑลร้อยละ 6.07 (จำนวน 25 คน) ตามลำดับดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่เก็บข้อมูลการดำเนินการศึกษาวิจัยสำรวจ

พื้นที่เก็บข้อมูล	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	35	8.50
ปริมณฑล	25	6.07
ภาคกลาง	82	19.90
ภาคเหนือ	75	18.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	135	32.77
ภาคใต้	60	14.56
รวม	412	100.0

2 ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

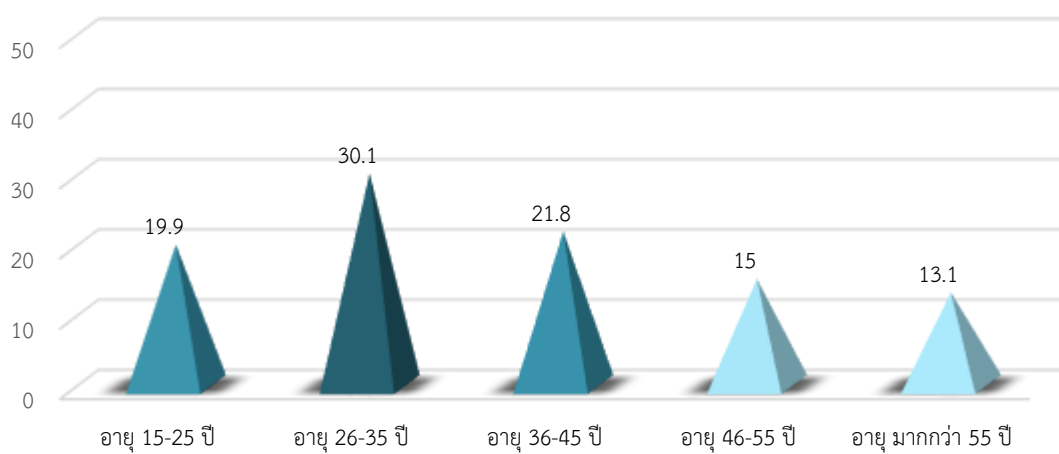


จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 412 ตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 50.7 (จำนวน 209 คน) ใกล้เคียงกับเพศชายร้อยละ 49.3 (จำนวน 203 คน) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของเพศและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ชาย	203	49.3
หญิง	209	50.7
รวม	412	100.0

2.2 อายุกลุ่มตัวอย่าง

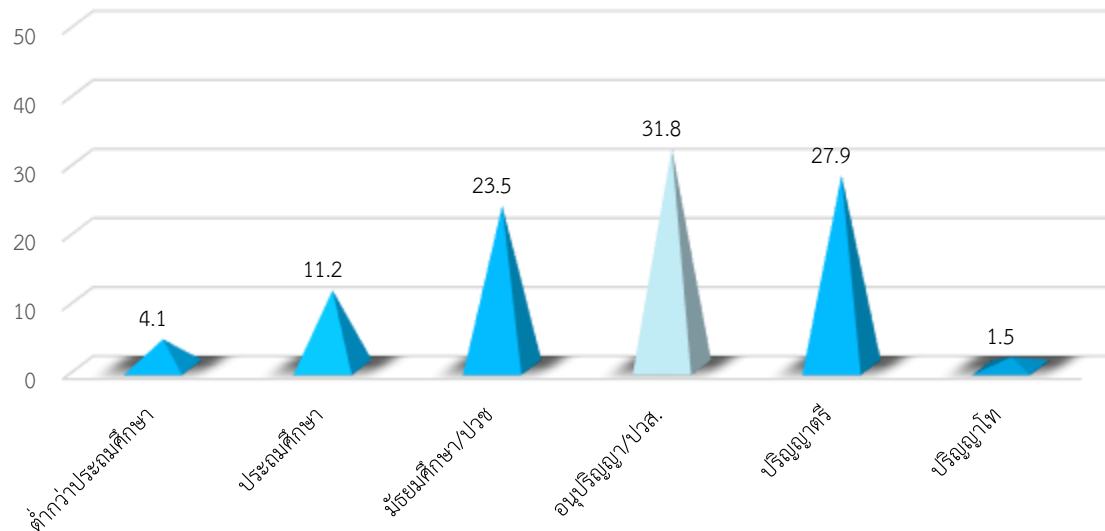


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.1(จำนวน 124 คน) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี รองลงมาร้อยละ 21.8 (จำนวน 90 คน) มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และ ร้อยละ 19.9 (จำนวน 82 คน) อายุระหว่าง 15-25 ปี ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละของอายุและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
อายุ 15-25 ปี	82	19.9
อายุ 26-35 ปี	124	30.1
อายุ 36-45 ปี	90	21.8
อายุ 46-55 ปี	62	15.0
อายุมากกว่า 55 ปี	54	13.1
รวม	412	100.0

2.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

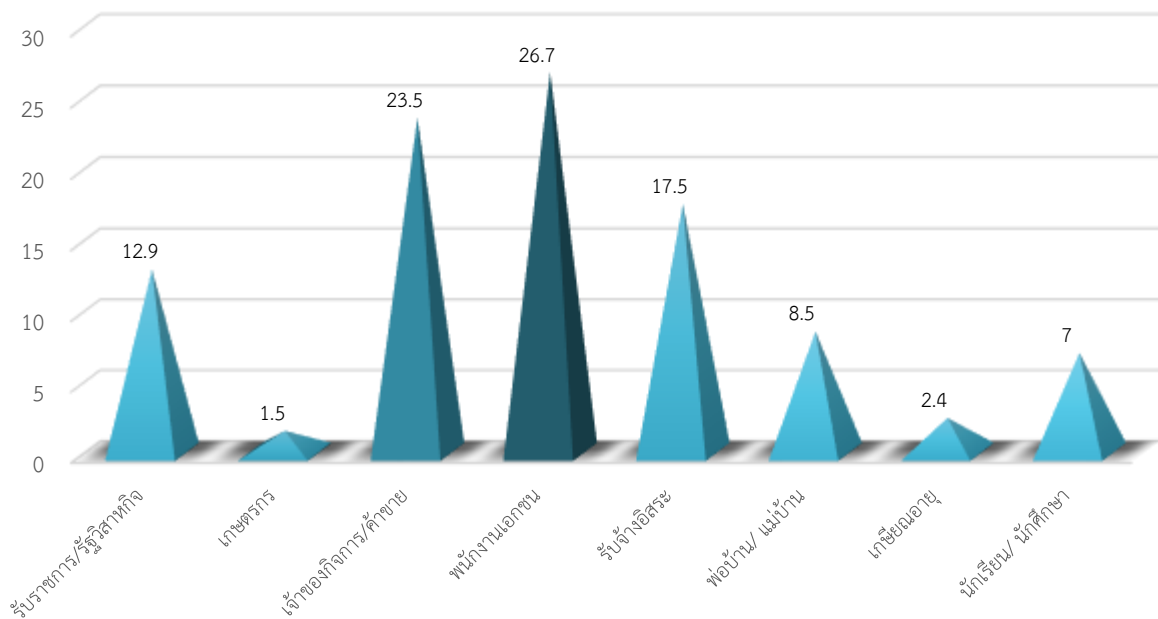


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31.8 (จำนวน 131 คน)เป็นผู้มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 31.8 (จำนวน 131 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 27.9 (จำนวน 115 คน) และ เป็นผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช ร้อยละ 23.5 (จำนวน 97 คน) ตามลำดับดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุดและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	17	4.1
ประถมศึกษา	46	11.2
มัธยมศึกษา/ปวช	97	23.5
อนุปริญญา/ปวส.	131	31.8
ปริญญาตรี	115	27.9
ปริญญาโท	6	1.5
รวม	412	100.0

2.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

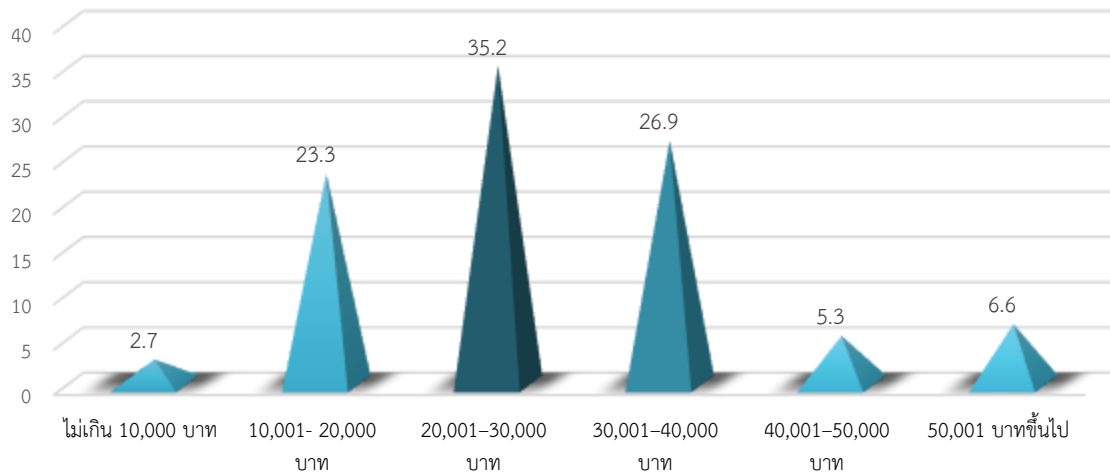


ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 26.7 (จำนวน 110 คน) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมา ร้อยละ 23.5 (จำนวน 97 คน) เป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ร้อยละ 17.5 (จำนวน 72 คน) เป็นผู้รับจ้างอิสระ และ ร้อยละ 12.9 (จำนวน 53 คน) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละของอาชีพและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	53	12.9
เกษตรกร	6	1.5
เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	97	23.5
พนักงานเอกชน	110	26.7
รับจ้างอิสระ	72	17.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	35	8.5
เกษียณอายุ	10	2.4
นักเรียน/นักศึกษา	29	7.0
รวม	412	100.0

2.5 รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน



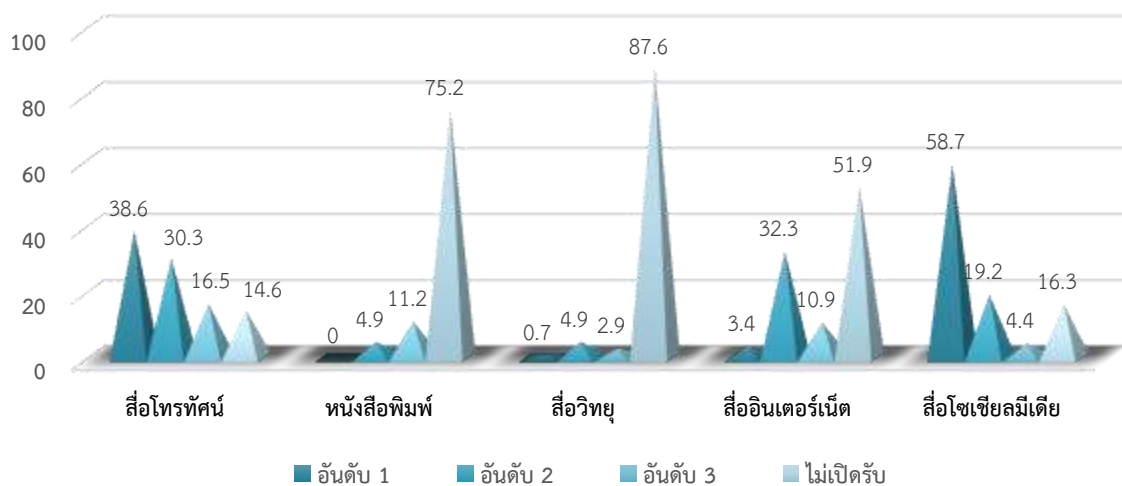
กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 35.2 (จำนวน 145 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 26.9(จำนวน 111 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 30,001-40,000 บาท และ ร้อยละ 23.3 (จำนวน 96 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 10,001- 20,000 บาท ตามลำดับดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละของรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	11	2.7
10,001- 20,000 บาท	96	23.3
20,001-30,000 บาท	145	35.2
30,001-40,000 บาท	111	26.9
40,001-50,000 บาท	22	5.3
50,001 บาทขึ้นไป	27	6.6
รวม	412	100.0

3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

3.1 การเปิดรับข่าวสาร สาระ ความบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อประเภทต่างๆ ต่อสัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง



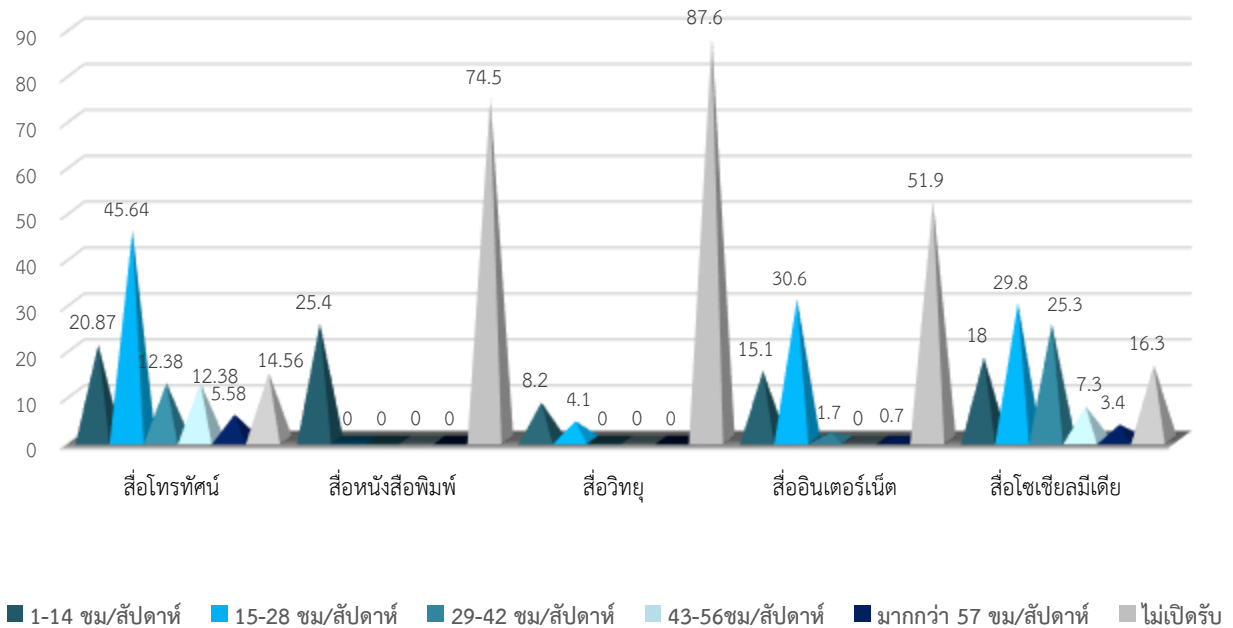
ผลการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอันดับ 1 มากที่สุดร้อยละ 58.7 (จำนวน 242 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 38.6 (จำนวน 159 คน) ตามลำดับ และ อันดับ 2 เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตใน มากที่สุดร้อยละ 32.3 (จำนวน 133 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 30.3 (จำนวน 125 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงร้อยละของการเลือกเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทสื่อที่เปิดรับ ข่าวสาร สาระ ความบันเทิง	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		ไม่เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโทรทัศน์	159	38.6	125	30.3	68	16.5	60	14.6
หนังสือพิมพ์	0	0	20	4.9	46	11.2	310	75.2
สื่อวิทยุ	3	.7	20	4.9	12	2.9	361	87.6
สื่ออินเทอร์เน็ต	14	3.4	133	32.3	45	10.9	214	51.9
สื่อโซเชียลมีเดีย	242	58.7	79	19.2	18	4.4	67	16.3

หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างเลือกรับสื่อมากกว่า 1 ประเภท

3.2 จำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อ



ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อทั้งด้านข่าวสาร สาระ ความบันเทิงจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 45.64 (จำนวน 188 คน) รองลงมาใช้เวลาในการเปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์จากสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 30.6 (จำนวน 126 คน) และ เปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์จากสื่อโซเชียลมีเดียร้อยละ 29.8 (จำนวน 123 คน)

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการรับสื่อโซเชียลมีเดียถึงจำนวน 29-42 ชม/สัปดาห์ ร้อยละ 25.3 (จำนวน 104 คน) โดยในการเปิดรับสื่อนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เปิดรับสื่อวิทยุสูงถึงร้อยละ 87.6 (จำนวน 361 คน) ดังตารางที่ 10

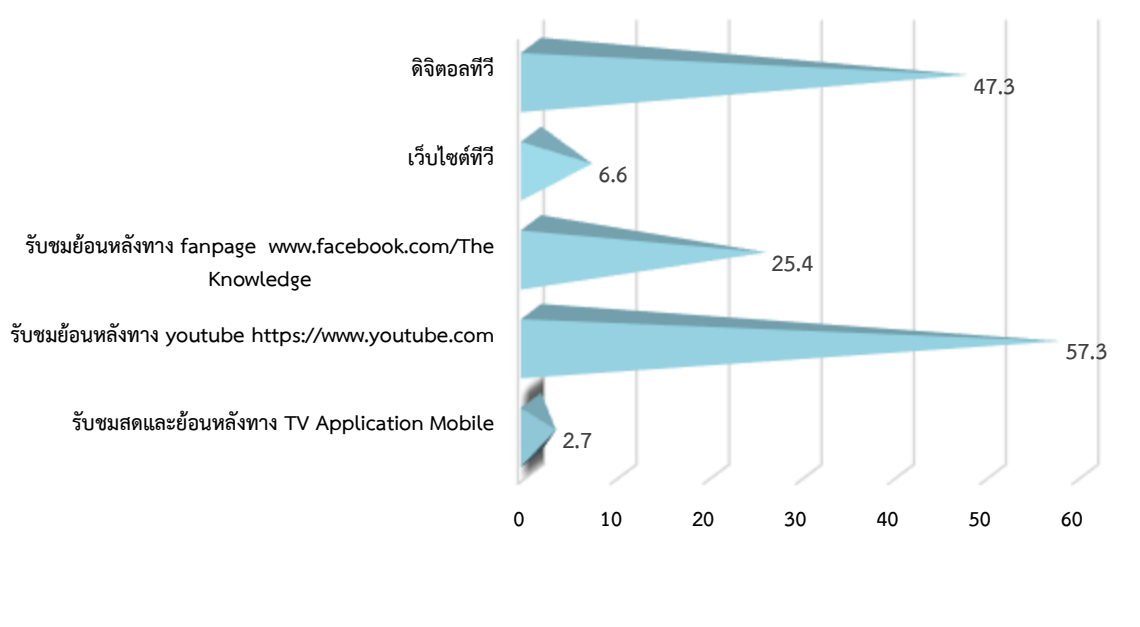
ตารางที่ 10 แสดงร้อยละของจำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อ	สื่อโทรทัศน์		สื่อหนังสือพิมพ์		สื่อวิทยุ		สื่ออินเทอร์เน็ต		สื่อโซเชียลมีเดีย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-14 ชม/สัปดาห์	86	20.87	105	25.4	34	8.2	62	15.1	74	18
15-28 ชม/สัปดาห์	188	45.64	-	-	17	4.1	126	30.6	123	29.8
29-42 ชม/สัปดาห์	51	12.38	-	-			7	1.7	104	25.3
43-56 ชม/สัปดาห์	23	5.58	-	-					30	7.3
มากกว่า 57 ชม/สัปดาห์	4	0.97	-	-			3	0.7	14	3.4
ไม่เปิดรับ	60	14.56	307	74.5	361	87.6	214	51.9	67	16.3
รวม	412	100.0	412	100.0	412	100.0	412	100.0	412	100.0

4. การรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนาการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กทปส. เป็นรายการเกี่ยวกับเรื่องของการรู้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ในการสนับสนุนให้ผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อและสามารถตีความข่าวได้อย่างมีสติ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้รับสารมีข้อมูลและความรู้ที่จะนำมาประกอบในการตัดสินใจและใช้วิจารณญาณในการเปิดรับข้อมูล โดยออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 22.00 – 22.30 น. ทางช่อง 3 SD ช่อง 28 ซึ่งในแต่ละสัปดาห์จะมีทั้งผู้เชี่ยวชาญรวมถึงคนในแวดวงสื่อทั้งคนโทรทัศน์ วิทยู สื่อสิ่งพิมพ์ คนวงการบันเทิงมาให้ความรู้และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นนั้น ๆ และมีตัวแทนผู้รับสารมาร่วมแสดงความคิดเห็น

4.1 ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ



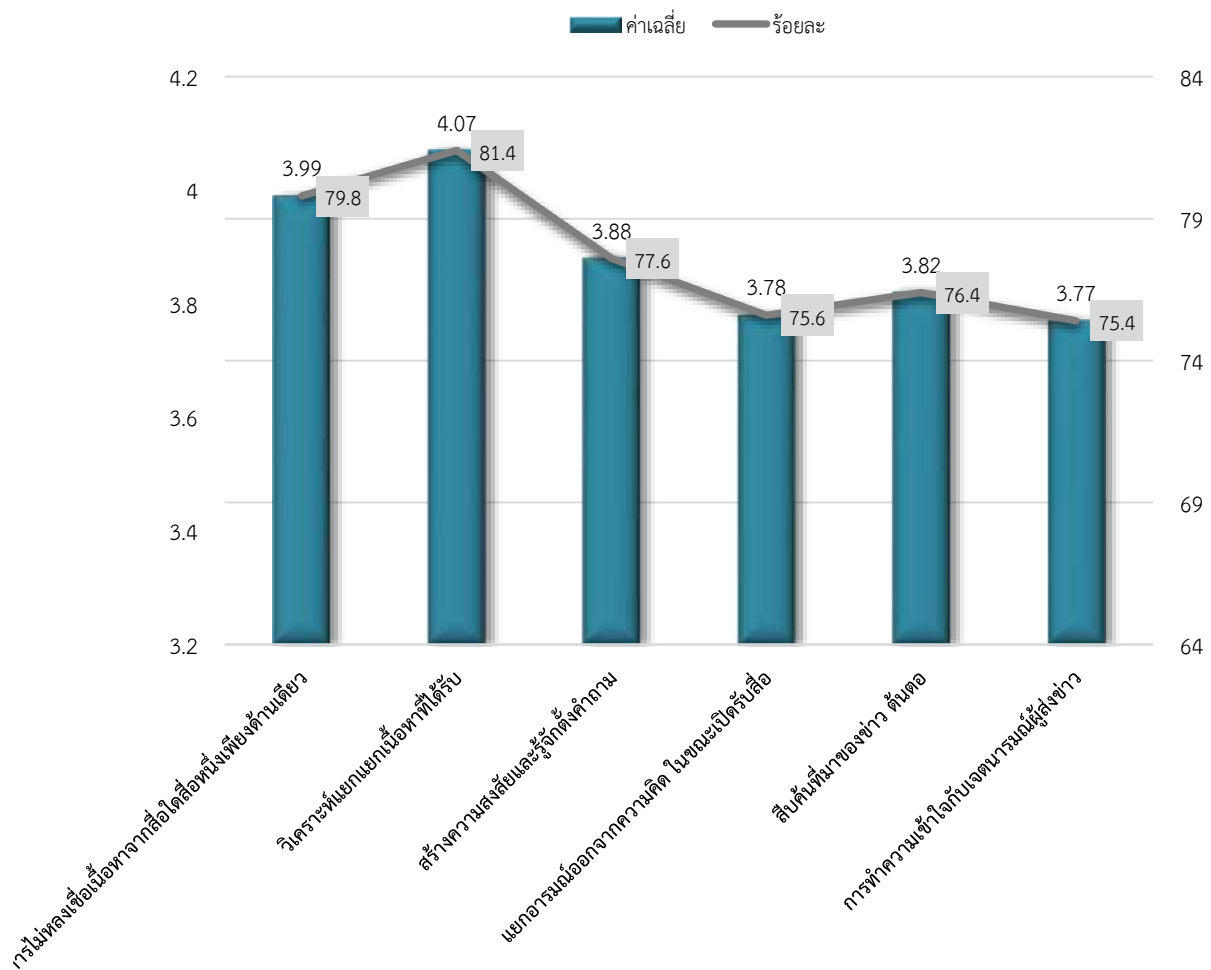
ผลการสำรวจการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมส่วนใหญ่ร้อยละ 57.3 (จำนวน 236 คน) รับชมผ่านช่องทางย้อนหลังทาง YouTube <https://www.youtube.com> รองลงมา รับชมผ่านช่องทางดิจิทัลทีวี ร้อยละ 47.3 (จำนวน 47.3 คน) และยังรับชมย้อนหลังทาง Facebook fan page [www.facebook.com/The Knowledge](https://www.facebook.com/TheKnowledge) ร้อยละ 25.4 (จำนวน 105 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละของช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ไม่รับชม		รับชม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดิจิทัลทีวี	217	52.7	195	47.3
เว็บไซต์ทีวี	385	93.4	27	6.6
รับชมย้อนหลังทาง fanpage www.facebook.com/The Knowledge	307	74.5	105	25.4
รับชมย้อนหลังทาง youtube https://www.youtube.com	176	42.7	236	57.3
รับชมสดและย้อนหลังทาง TV Application Mobile	401	97.3	11	2.7

หมายเหตุ กลุ่มผู้รับชมเลือกตอบมากกว่า 1 ช่องทาง

4.2 ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



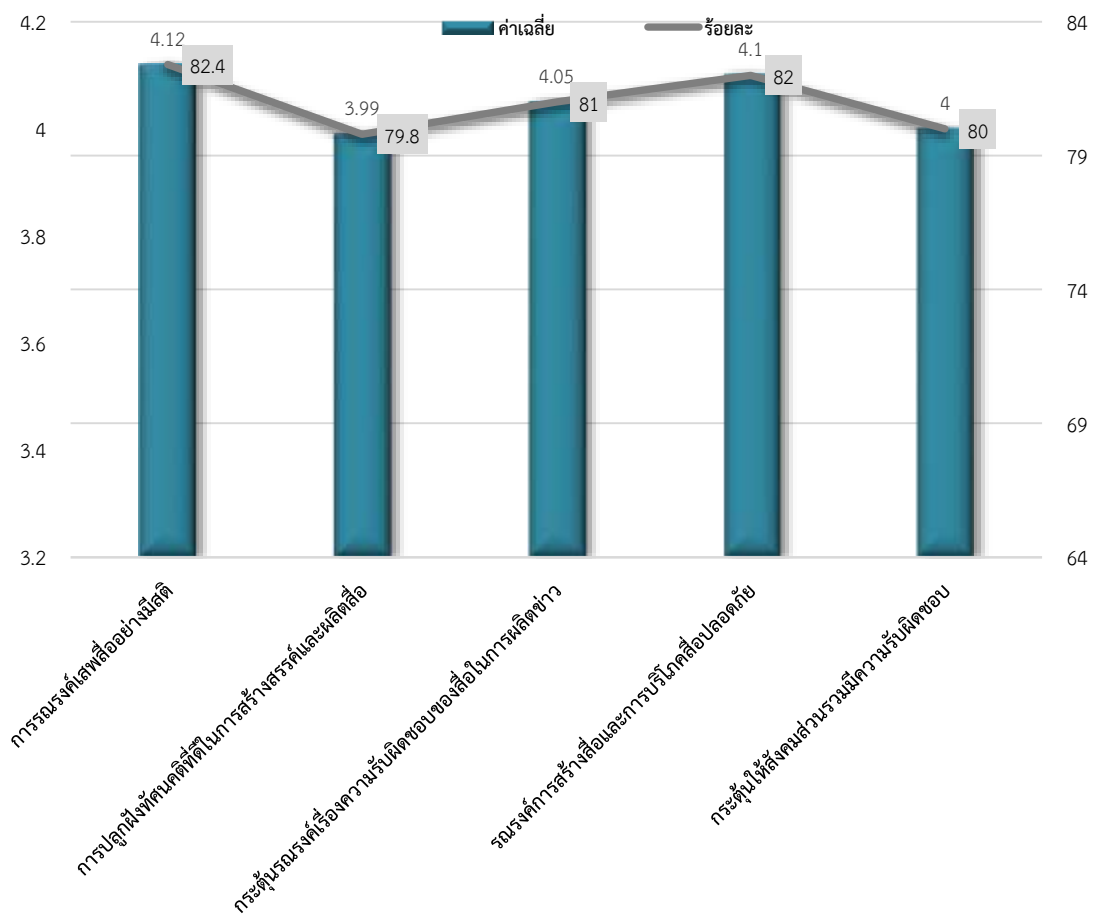
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีรูปแบบวิธีการนำเสนอให้สาระความรู้ด้านองค์ความรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้รับชมรายการ ทั้งนี้ ผลการประเมินผลรายการพบว่า รายการสร้างความรู้ความเข้าใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 77.6

ทั้งนี้ ความรู้ความเข้าใจจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** มีหลากหลายด้านโดยความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการด้านการรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.07 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.4 รองลงมา **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ได้สร้างความรู้ความเข้าใจด้านการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 79.8 และได้สร้างความรู้ความเข้าใจว่า การสร้างความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 77.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ	ค่าสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ
การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว	2.00	5.00	3.99	79.8	มาก
การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ	2.00	5.00	4.07	81.4	มาก
การสร้างความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง	2.00	5.00	3.88	77.6	มาก
การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิดในขณะที่เปิดรับสื่อ	2.00	5.00	3.78	75.6	มาก
การแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว ต้นตอ	2.00	5.00	3.82	76.4	มาก
การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือเจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว	2.00	5.00	3.77	75.4	มาก
ค่าเฉลี่ย			3.88	77.6	มาก

5. มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน



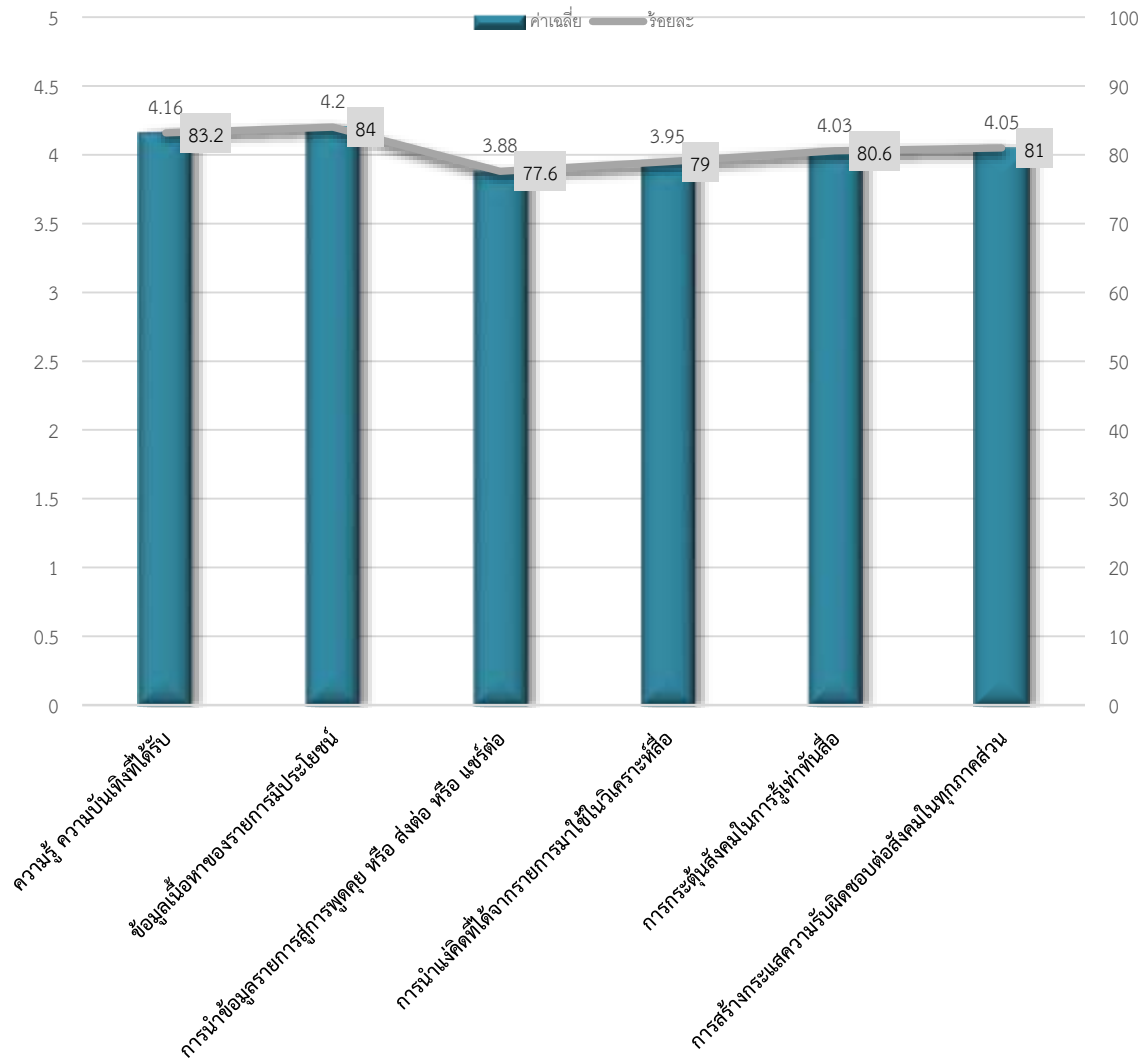
ด้านมุมมองของผู้รับชมรายการในการให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันนั้นผลการประเมินพบว่า กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.04

ทั้งนี้ ประเด็นที่กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันมากที่สุดคือ การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.12 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.40 รองลงมาคือกลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน คือ การรณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.10 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.00 และ ให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันด้านการกระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบต่อสื่อในการผลิตข่าว มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.00 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงค่าความถี่และร้อยละของมุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ
การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ	3.00	5.00	4.12	82.40	มาก
การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ	2.00	5.00	3.99	79.80	มาก
กระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบต่อสื่อในการผลิตข่าว	3.00	5.00	4.05	81.00	มาก
รณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย	2.00	5.00	4.10	82.00	มาก
กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบต่อสื่อ	2.00	5.00	4.00	80.00	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.05	81.04	มาก

6. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



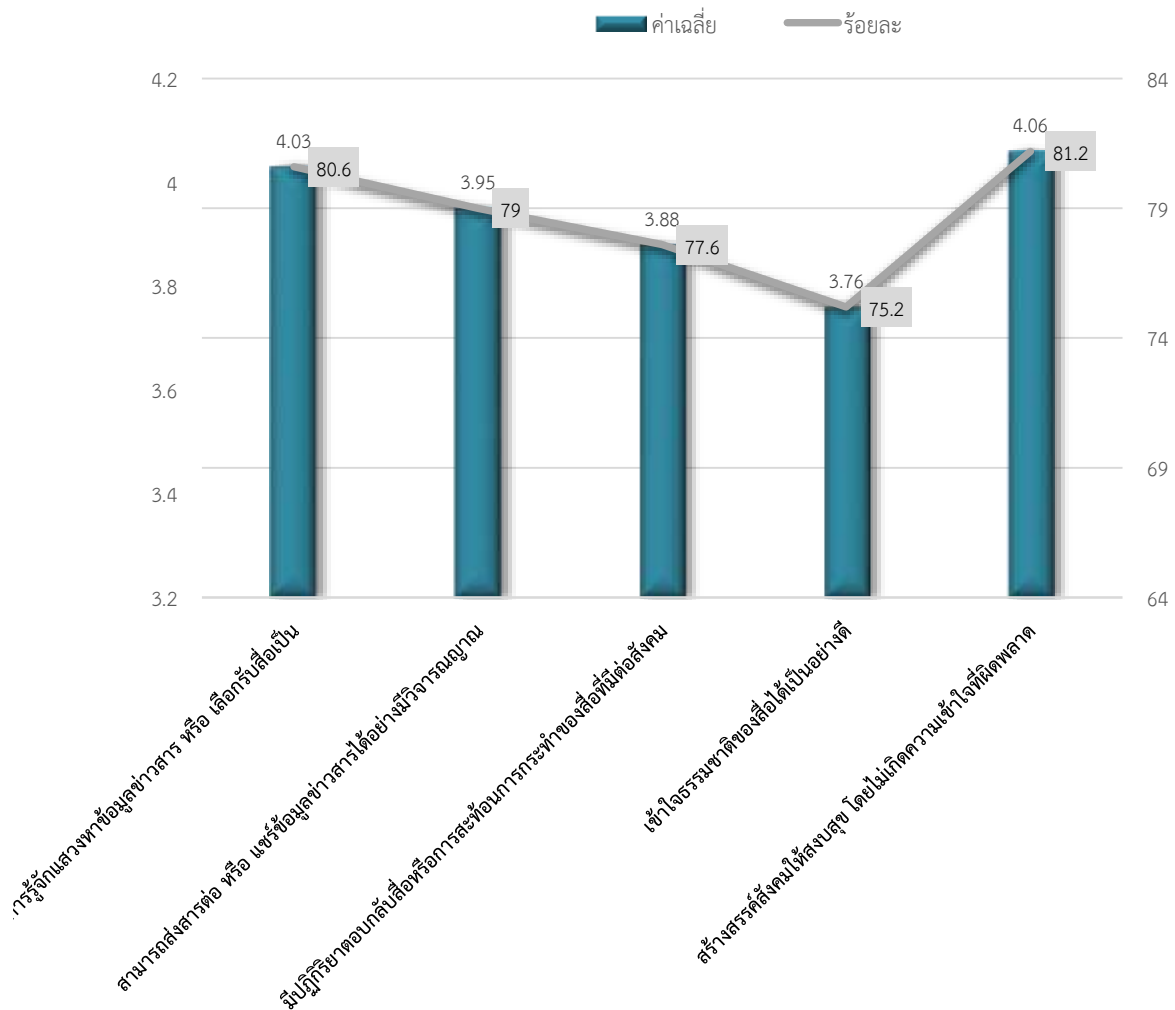
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในภาพรวมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.0

ทั้งนี้ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมมากที่สุดในด้านการสร้างสรรค์ ข้อมูลเนื้อหาของรายการที่มีประโยชน์ ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.20 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.0 รองลงมา ผู้รับชมพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.20 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.0 และ พึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านการสร้างกระแส ความรับผิดชอบต่องสังคมในทุกภาคส่วนในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ความพึงพอใจต่อ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ร้อยละ	แปล ความ
ความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับ	2.00	5.00	4.16	83.2	มาก
ข้อมูลเนื้อหาของรายการมีประโยชน์	2.00	5.00	4.20	84.0	มาก
การนำข้อมูลรายการสู่การพูดคุย หรือ ส่ง ต่อ หรือ แชร์ต่อ	2.00	5.00	3.88	77.6	มาก
การนำแง่คิดที่ได้จากรายการมาใช้ในการ วิเคราะห์สื่อ	2.00	5.00	3.95	79.0	มาก
การกระตุ้นสังคมในการรู้เท่าทันสื่อ	2.00	5.00	4.03	80.6	มาก
การสร้างกระแสความรับผิดชอบต่อสังคม ในทุกภาคส่วน	2.00	5.00	4.05	81.0	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.05	81.0	มาก

7. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย



ผลกระทบจากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้สร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางใดทางหนึ่งแก่ผู้รับสาร โดยผลกระทบด้านหนึ่งคือ การใช้ประโยชน์ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากองค์ความรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** โดยผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย พบว่า มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.94 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 78.72

ประเด็นด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากการ
รับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ในประเด็นต่างๆ พบว่า การสร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิด
ความเข้าใจที่ผิดพลาด เป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยที่ผู้รับ
 สำนวนมาใช้ประโยชน์มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากเฉลี่ย 4.06 หรือ ร้อยละ 81.2 รองลงมาพบว่ากลุ่มผู้รับชม
 ได้รับรู้และตระหนักถึงองค์ความรู้ด้านรู้เท่าทันสื่อทำให้ได้ประโยชน์ระดับมาก ต่อการสร้าง **พฤติกรรมความรู้จัก**
แสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น ที่ค่าเฉลี่ย 4.06 หรือ ร้อยละ 81.2 และ ช่วยให้ประโยชน์ระดับมาก ที่
 ค่าเฉลี่ย 3.95 หรือ ร้อยละ 79.0 ทำให้สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีวิจารณญาณ
 ตามลำดับ ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงค่าความถี่และร้อยละของการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่าง
 ปลอดภัย

การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ อย่างปลอดภัย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปล ความ
การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น	2.00	5.00	4.03	80.6	มาก
สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูล ข่าวสารได้อย่างมีวิจารณญาณ	2.00	5.00	3.95	79.0	มาก
มีปฏิริยาตอบกลับสื่อหรือการสะท้อน การกระทำของสื่อที่มีต่อสังคม	2.00	5.00	3.88	77.6	มาก
เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	3.76	75.2	มาก
สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิด ความเข้าใจที่ผิดพลาด	2.00	5.00	4.06	81.2	มาก
ค่าเฉลี่ย			3.94	78.72	มาก

8. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างยังมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาคุณภาพรายการโดยรวม ดังนี้

8.1 รายการมีสาระดีมีประโยชน์มาก

กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 8.5 (จำนวน 35 คน) มีข้อเสนอแนะและความเห็นว่า **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีเนื้อหารายการที่ดี และมีประโยชน์มาก นอกจากนั้นร้อยละ 2.3 (จำนวน 10 คน) เห็นว่า “รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ เป็นรายการที่ให้ความรู้โดยละเอียดสามารถเข้าใจได้ง่ายถึงผลดีและผลเสียจากสื่อรายการ the knowledge ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสื่อที่ได้รับจริงหรือไม่จริงติดตามรับชมมาตลอดได้ความรู้และคติที่ดีที่สื่อออกมาได้ดี และมีวิเคราะห์ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใกล้ตัวที่ดี น่าสนใจ มีประโยชน์”

8.2 ช่วงเวลาออกอากาศรายการ

จากการประเมินผลถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 7.9 (จำนวน 32 คน) รายการออกอากาศดีเกินไปแต่รายการออกอากาศดีเกินไปอยากให้ออกอากาศเวลา 19.00 เพราะเยาวชนจะได้รับชมมากขึ้นอยากให้ออกอากาศตอน 21.00 เพื่อให้ผู้รับชมหลากหลายกลุ่มได้รับชมอย่างทั่วถึง

ตารางที่ 16 แสดงร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม

ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความเห็น	335	81.3
รายการมีสาระดีมีประโยชน์มาก	35	8.5
รายการออกอากาศดีเกินไปแต่รายการออกอากาศดีเกินไปอยากให้ออกอากาศเวลา 19.00 เพราะเยาวชนจะได้รับชมมากขึ้นอยากให้ออกอากาศตอน 21.00 เพื่อให้ผู้รับชมหลากหลายกลุ่มได้รับชมอย่างทั่วถึง	32	7.9
เป็นรายการที่ให้ความรู้โดยละเอียดสามารถเข้าใจได้ง่ายถึงผลดีและผลเสียจากสื่อรายการ the knowledge ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสื่อที่ได้รับจริงหรือไม่จริงติดตามรับชมมาตลอดได้ความรู้และคติที่ดีที่สื่อออกมาได้ดี และมีวิเคราะห์ข่าว	10	2.3
รวม	412	100

ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ครั้งที่ 1

ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ” ซึ่งดำเนินการออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ เวลา 22.00–22.30 น. ทางช่อง 3 SD (ช่อง 28) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ และการรับประโยชน์รายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน โดยจัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อครั้งที่ 1” ผลการประเมินมีดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ครั้งที่ 1

ผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ครั้งที่ 1 จำนวน 1 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 10 คน

2. ความรู้ความเข้าใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) ประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์การรู้เท่าทันสื่อ คือ กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อในเรื่อง Cyberbullying จากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตอน 4 ออกอากาศ 24 พ.ย. 2561 หลายหลายประเด็นดังนี้

2.1 ความรู้ความเข้าใจต่อความหมายของการ Cyberbullying

ความรู้ความเข้าใจต่อความหมายของการ Cyberbullying ซึ่งหมายถึง การกลั่นแกล้งกันบนโลกไซเบอร์ หรือ การกลั่นแกล้งโดยใช้สื่อดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โพสต์ ส่ง หรือแชร์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาด้านลบของผู้อื่นสู่โลกออนไลน์ เพื่อล้อเลียนให้ผู้ถูกกลั่นแกล้งอับอาย ถูกเกลียดชัง หรือ

เสื่อมเสียชื่อเสียง โดยเจตนาที่จะทำลายชื่อเสียงหรือทำให้ผู้อื่นลำบากโดยเฉพาะเมื่อเป็นโลกออนไลน์แล้ว การกลั่นแกล้งนี้จะเกิดขึ้นซ้ำๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าร้ายแรงอย่างมากในยุคสมัยปัจจุบัน

ลักษณะของการ Cyberbullying มีหลากหลายรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมเคยพบเจอในโลกโซเชียล อาทิ เช่น การแอบอ้างหรือแอบแฝงที่ไม่เปิดเผยชื่อ ภัยคุกคามอันตรายในลักษณะขู่ข่มขู่ข่มขู่ โดยผู้กระทำความผิดและผู้สังเกตการณ์ไม่ชัดเจน โลกโซเชียลไร้สัญญาติไม่มีขอบเขต สามารถเกิดได้ทุกเวลาไม่จำกัดสถานที่ การ Cyberbullying ไม่ได้จบแค่ในโลกออนไลน์ (แม้จะเกิดขึ้นในออนไลน์) ผู้หญิงมีโอกาสถูกกลั่นแกล้งมากกว่าเป็น 2 เท่าของผู้ชาย และ ทุกเชื้อชาติ ทุกเพศ มีโอกาสโดนกลั่นแกล้งเท่าเทียมกัน

2.1 ผลกระทบของการ Cyberbullying

เด็กและเยาวชนเคยได้รับประสบการณ์รังแกกลั่นแกล้งกันในโรงเรียน ซึ่งเป็นการกลั่นแกล้งกันต่อหน้า แต่เมื่อถึงยุคที่มีอินเทอร์เน็ต การกลั่นแกล้งรังแกได้ไปเกิดในโทรศัพท์มือถือ ในอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ นั่นคือ Cyberbullying ซึ่งความรุนแรงตรงนี้นั้นมาก เพราะสามารถอยู่ยาวนานบนโลกโซเชียล ไปได้ทุกที่แม้กระทั่งในที่ที่ปลอดภัยสำหรับทุกคน คือ ในบ้านและในห้องนอน ถึงแม้ว่าเราจะกลับบ้านและนอนแล้ว เพียงแค่เปิดสมาร์ทโฟนขึ้นมา อาจจะมีใครบางคนเอาจริงไปตัดต่อและโพสต์ในเชิงเสียหาย

ผลกระทบของการ Cyberbullying ต่อเด็กและเยาวชนพบว่า เด็กไทยเป็นทั้งผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งหรือเหยื่อ และฝ่ายที่ไปกลั่นแกล้งคนอื่นเช่นกัน รูปแบบการกลั่นแกล้งที่พบบ่อยที่สุด คือ การถูกล้อเลียน/ตั้งฉายา รองลงมาคือ การถูกเพิกเฉยละเลย ลำดับถัดไปคือ ไม่ได้รับการเคารพในสิทธิในลักษณะของการถูกดูถูก นอกจากนั้นผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งยังได้รับการตีความจากผู้รับสารไปในหลากหลายความคิดเห็นทั้งเชื่อหรือไม่เชื่อภายหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีปฏิกิริยาตอบสนองไม่เหมือนกัน ตีความไปคนละแบบ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ พื้นฐานการศึกษาคุณสมบัติในการเรียนรู้ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันมาก่อน จนทวีความรุนแรงกลายเป็นความขัดแย้งในโลกโซเชียลซึ่งหาทางลง หรือ จุดสรุปไม่ได้ก็มี

กลุ่มผู้ที่กลั่นแกล้งผู้อื่นยังมีพฤติกรรมเกรง สมมติฐาน มีปัญหาด้านอารมณ์และจิตใจ ขณะที่พฤติกรรมติดสื่อสังคมออนไลน์ยังมีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้กลั่นแกล้ง ผู้ถูกกลั่นแกล้ง ผู้ที่ร่วมกดไลก์กดแชร์ (bystander)

ส่วนผลกระทบที่พบบ่อยๆ ในกลุ่มผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งคือ เรื่องของผลการเรียนที่ตกต่ำ เรื่องของคุณค่าในตัวเองที่ลดต่ำลง ภาวะซึมเศร้าวิตกกังวล และที่แย่ที่สุดคือ ความเชื่อมโยงกับการทำร้ายตัวเอง และการฆ่าตัวตาย ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงอย่างมาก

2.3 ความรู้ความเข้าใจต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ผลจากการได้รับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า ทำให้รู้จักการแยกแยะเจตนาจากผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์การโพสต์ การแชร์ ไม่หลงเชื่อ เนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิดวิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถามว่า สิ่งนั้นจริงหรือไม่จริงเป็นการ Bullying หรือการกลั่นแกล้งกันบนโลกโซเชียลหรือไม่ ใครเป็นคนให้ข้อมูลเขาต้องการสื่ออะไรหรือมีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่

ในอีกประเด็นหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างผู้รับชม The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ เกิดการรู้จักแยกแยะอารมณ์ออกจากความคิดในขณะเปิดรับสื่อ โดยจะการแสวงหาหรือ สืบค้นที่มาของต้นตอข่าวก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อในสิ่งที่ผู้ได้รับการ Bullying ได้รับ

3. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ประเด็น ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ คือ ความพึงพอใจต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อให้ผู้รับชมตระหนักถึงการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้รับชมรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมด้านความสงสัยใคร่รู้นำไปสู่การตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง ตลอดจนการมีติแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะเปิดรับสื่อ หรือการแสวงหาสืบค้นที่มาของข่าว ต้นตอ และ การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว

3.1 ความพึงพอใจต่อการสร้างความรู้วิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อ

โดยเนื้อหารายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ได้สร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มผู้ชมรายการด้านการจัดการต่อความขัดแย้ง หรือ การกลั่นแกล้งกันในโลกไซเบอร์ หรือ Cyberbullying ทั้งนี้ได้รับความรู้ว่า เมื่อโดนกลั่นแกล้งผ่านโลกดิจิทัล (Cyberbullying) ต้องเก็บหลักฐานเพื่อใช้ในข้อกฎหมาย โดยหลักฐานที่นำเข้าแจ้งความจะต้องมีอายุไม่เกิน 3 เดือน ถึงแม้ว่าในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่เจาะจงเฉพาะ Cyberbullying แต่มีกฎหมายที่คาบเกี่ยวที่บังคับใช้ 2 ฉบับ คือ

1) ประมวลกฎหมายอาญา มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 3 มาตรา คือ

มาตรา 326 ระบุความผิดฐานหมิ่นประมาทไว้ว่า ผู้ใดใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สามโดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 328 ถ้าความผิดฐานหมิ่นประมาทได้กระทำการโดยการโฆษณาด้วยเอกสาร ภาพวาด ภาพระบายสี ภาพยนตร์ ภาพหรือตัวอักษรที่ทำให้ปรากฏไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ แผ่นเสียง หรือสิ่งบันทึกเสียง บันทึกภาพ หรือบันทึกอักษร กระทำโดยการกระจายเสียง หรือการกระจายภาพ หรือโดยการทำการปาฐะประกาศด้วยวิธีอื่น ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

มาตรา 393 ผู้ใดดูหมิ่นผู้อื่นซึ่งหน้าหรือด้วยการโฆษณา ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

2) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

มาตรา 16 ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติม หรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 200,000 บาท

มาตรา 14 (4) ผู้ใดนำเข้าสู่วระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูล คอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 100,000 บาท

มาตรา 14 (5) ผู้ใดเผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (1) (2) (3) หรือ (4) ระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 100,000 บาท

3.2 ความพึงพอใจต่อการรู้จักการดูแลสิทธิความเป็นส่วนตัวของตัวเองในรายการ

การกลั่นแกล้งเกิดขึ้นได้กับทุกคน แต่เด็กและเยาวชนอาจไม่รู้ว่าสิทธิของเขาอยู่ตรงไหนในการที่จะปฏิเสธการโดนกลั่นแกล้ง เราจึงควรให้ความสำคัญมากๆ ในการให้ความรู้ว่าการที่จะมีตัวตนอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ตต้องรู้อะไรบ้าง ประพฤติตัวกันอย่างไร และที่ไม่ควรมองข้ามคือ **การดูแลสิทธิความเป็นส่วนตัวของตัวเอง**

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้รับชมเห็นว่า “การตั้งพาสเวิร์ดตั้งกันจะต้องรักษากันอย่างไร เพราะถ้าเกิดการขโมยหรือ แอบลักจำพาสเวิร์ด หรือ มีการสร้างตัวตนปลอม ที่เรียกว่า Identity Thief แล้วเอา ตัวตนปลอม ไปทำโน่นนี่ เช่น ยืมเงิน จีบ หรือ ขวนมีเพศสัมพันธ์กับคนอื่นในโลกโซเชียล ดังนั้นเราต้องให้ความรู้จริงๆ แล้วพาสเวิร์ด มันไม่ใช่การที่ให้เพื่อนเอาไปต้องรักษาข้อมูลส่วนตัวของเขา”

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมเห็นว่า “การปล่อยให้ลูกใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของพ่อแม่ก่อนที่จะมอบอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ให้ลูก โดยไม่ปล่อยให้ลูกเอาไปใช้ได้ตามสบาย ถ้าทำอย่างนั้นถือว่าเป็นพ่อแม่ที่ขาดความรับผิดชอบ แต่พ่อแม่ควรจะต้องบอกกฎกติกา มารยาท และความระมัดระวังในการที่ลูกจะใช้สื่อสังคมออนไลน์หรืออะไรอื่นๆ ที่มีในอุปกรณ์เหล่านั้น”

ประเด็นที่น่ากลัวต่อกลุ่มเด็กและเยาวชนคือ การติดต่อกับคนแปลกหน้า เช่น การเล่นเกมแชทแล้วมีคนมาขอเป็นเพื่อน แล้วไม่รู้จริงจะต้องรับไหม เวลาเขาโพสต์อะไรต่างๆ นานา ถ้าโพสต์เป็น public ทุกคนในโลกมีสิทธิ์เห็นโพสต์ของเขา เล่าให้เขาฟังกรณีต่างๆ ที่มันเกิดขึ้นจริง Cyberbully ในสังคมมีมากมาย ให้เขาได้รู้ว่าผลดีผลเสียในการโพสต์ต่างๆ มีอะไรได้บ้าง

4. ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตกลายเป็นช่องทางพื้นฐานในการสื่อสารในสังคม คนในสังคมสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เป็นเรื่องธรรมชาติที่คนมากมายหลายตามาอยู่รวมกันในสังคม แล้วคนจะกระทำความผิดพลาดขึ้นมา มนุษย์จึงได้ประดิษฐ์มาตรการการลงโทษทางสังคมเพื่อลงโทษผู้ที่กระทำผิด ซึ่งนั่นคือ “การกลั่นแกล้ง” (Bullying) เพื่อสร้าง “ความอับอายต่อสาธารณะ” (Public Humiliation) เพื่อกดดันผู้กระทำผิดให้เข็ดขยาดหลายจำ ไม่ทำพฤติกรรมแบบนี้อีก

Cyberbullying สามารถสร้างความอับอายต่อสาธารณะในทุกมิติชีวิตของเป้าหมายและอาจยกระดับไปสู่ความรุนแรงในอนาคต การกลั่นแกล้งผ่านโลกออนไลน์มองเผินๆ อาจคิดว่าไม่เห็นสำคัญอะไร ผู้รังแกและสังคมมักจะมองว่าไม่ใช่เรื่องใหญ่ เพราะไม่ได้มีความรุนแรงเกิดขึ้น แต่หลายครั้งที่ข่าวอาชญากรรมในสื่อมวลชนต่างๆ บอกเล่าว่า ความรุนแรงส่วนมากมีจุดเริ่มต้นจากพฤติกรรมยั่วยุเสมอ การถูกทำลายความมั่นใจ หรือถูกลดทอนคุณค่าใน

ตัวเอง บวกเข้ากับอารมณ์ที่หุนหันพลันแล่นของผู้ถูกรบกวนในเวลานั้น และวุฒิภาวะที่ไม่มีภูมิคุ้มกันมากพอ ทั้งหมดสามารถยกระดับคำพูดตัวอักษรไปสู่ความรุนแรงได้

การเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันสำคัญมากๆ ต่อการให้ความรู้โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชนในโรงเรียนที่อยู่ในอดีตการแก่งแย่งต่ำล้อยเลียน *อีอ้วน ไอ้ดำ หมูตอน นังโหลย* ฯลฯ อาจอยู่ในโรงเรียนแต่เดี๋ยวนี้อาจไปโพสต์ต่ำล้อยเลียน Bully กันในโลกโซเชียลให้เป็นที่อับอาย บางครั้งถึงกับตัดต่อล้อเลียนให้ได้รับความเสื่อมเสีย ดังนั้น ผู้ปกครอง หรือครูต้องแนะนำเด็กและเยาวชนว่า หากถูกแก๊ง เป็นสิทธิของเด็กและเยาวชนที่จะบอกเพื่อนว่า *อย่าทำอีก ให้ลบ เพราะเราไม่ชอบ เราไม่พอใจ* แต่ถ้าเพื่อนยังดื้อดึงที่จะทำ ก็ให้มาแจ้งผู้ปกครอง ครู ที่จะต้องดูแลและช่วยเหลือเด็ก หากเด็กมาขอความช่วยเหลือ ถ้าครูคนนั้นไม่มีความเชี่ยวชาญก็ให้ครูคนนั้นไปขอความช่วยเหลือจากครูคนอื่น และที่สำคัญครูห้ามนำเรื่องของเด็กไปพูดต่อ เพราะครูจะเป็นคนกลั่นแกล้งเด็กต่อถ้าทำแบบนั้น

Cyberbullying ไม่ได้เกิดกับเด็กและเยาวชนเท่านั้น ภัยคุกคามชนิดนี้ยังสามารถเกิดกับผู้ที่มีบรรลุนิติภาวะได้ โดยเฉพาะคนที่มีชื่อเสียงโด่งดังและบุคคลสาธารณะ มีศิลปินทั้งไทยและต่างประเทศเคยประสบปัญหาโดนคุกคามบนโลกออนไลน์จนต้องหยุดใช้งานโซเชียลมีเดียของตัวเอง

การที่ทุกฝ่ายตื่นตัวรู้เท่าทันการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เป็นความสำคัญต่อเพื่อนมนุษย์ เป็นความสัมพันธ์ของคนในสังคมด้วยกัน เพราะสุดท้ายแล้วอีกฟากหนึ่งของโลกไซเบอร์ก็เป็นมนุษย์เหมือนกัน จึงต้องเคารพความเป็นตัวตนของอีกฝ่าย ต้องปลูกฝังความคิดให้ได้ว่าคนเราอาจจะไม่ได้สมบูรณ์แบบ และ ตัวเราเองก็ไม่ได้สมบูรณ์แบบเช่นกัน ดังนั้น ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันคือต้องรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ

4.1 การดูแลสิทธิความเป็นส่วนตัวของตัวเอง

สิ่งที่สำคัญคือ เป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องตื่นตัวและรู้เท่าทัน โดยผู้ปกครองจะต้องคุยกับลูก สร้างสัมพันธภาพที่ดีในครอบครัว และบอกในเรื่องนี้ด้วยว่า ถ้าวันหนึ่งลูกถูกแกล้ง ให้เขาบอกผู้ใหญ่ บอกพ่อแม่ได้ไม่ต้องกลัว เพราะฉะนั้นลูกก็จะได้รับความปลอดภัยและมั่นคง เมื่อเขาได้บอกกับพ่อแม่ หลังจากนั้นก็คือการที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นว่าจะมีวิธีอะไร อย่างไรกันต่อไป

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้รับชมให้ความเห็นว่า “ควรจะต้องพูดคุยกัน เปิดโอกาส ยอมรับมุมมองในการจัดการ ปัญหาของเด็ก โดยให้คำแนะนำ และรับฟังเขามาก ๆ อันนี้สำคัญจริง ๆ ”

พ่อแม่ไม่ได้จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตเก่งกว่าลูกหรือจะต้องรู้ทุกอย่าง แต่อย่างน้อยให้ตระหนักว่าเทคโนโลยีที่มีด้านบวก อีกด้านหนึ่งก็ต้องเฝ้าระวัง และไม่ใช้บทบาทหน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องตื่นตัวและรู้เท่าทัน *ที่สำคัญคือการเคารพสิทธิความเป็นมนุษย์ของคนอื่น เพราะทุกคนต่างก็มีความบกพร่อง และไม่ใช่ว่าเรื่องสนุก ถ้าจะเอาความบกพร่องนี้มาประจานต่อหน้าคนอื่น*

4.2 การให้ความรักและให้ความเคารพซึ่งกันและกัน

การให้ความรักและให้ความเคารพซึ่งกันและกัน คือ จุดเริ่มต้นของการรณรงค์เสฟสื่ออย่างมีสติ นำไปสู่การลดทอนเรื่องของการกลั่นแกล้งรังแกด้วย “การรับฟังผู้อื่น” ก่อนกด Like กด Share อยากให้หยุดคิดว่า ถ้าเรากด Like ไป อาจจะกำลังเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยทำร้ายคนที่เป็นเหยื่อหรือไม่ ยิ่ง Like มาก แสดงว่าเรื่องนั้นได้รับ

ความสนใจมาก การกลั่นแกล้งยิ่งถูกตอกย้ำลงไปว่า เขาไม่เป็นที่ต้องการ เขาเป็นที่ถูกทำให้น่าอับอายหรือไม่ เพราะฉะนั้นอยากให้ทุกคนตระหนกอยู่เสมอในทุก ๆ ครั้ง ก่อนที่จะคลิกลงไป

การสร้างความรู้เข้าใจให้ประชาชนในยุคปัจจุบันรู้เท่าทันสื่อ ไม่ตกเป็นเครื่องมือให้ถูกชักจูงได้ง่ายด้วยการ “หยุดคิดสักนิดว่า อีกฝั่งเป็นมนุษย์เหมือนๆ กัน เป็นคนเหมือนกับเรา ที่อาจจะไม่ได้ Perfect อาจจะไม่ได้ดีงามทุกอย่าง อาจจะไม่ใช่คนดีที่สุดในชีวิต แต่ก็เขาก็มีความรู้สึก มีความเป็นมนุษย์เหมือนๆ เราเหมือนกัน อยากให้หยุดแล้วก็คิดตรงนี้เพราะฉะนั้นด้านแรกเลยคือ ฟังก่อนว่าคนที่โดนมารู้สึกอย่างไร”

5. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

“การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนจะต้องมองไปถึงต้นตอของปัญหา นั่นคือการสร้างวัฒนธรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ในการร่วมกันแก้ปัญหาและปลูกฝังวัฒนธรรมนี้” เป็นการรณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัยกระตุ้น วัฒนธรรมเรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าวโดยควรใช้ประโยชน์ดังนี้

5.1 การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อ

การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อโดยการตระหนักว่า Nobody’s Perfect หรือ ไม่มีใครในโลกนี้สมบูรณ์แบบ ด้วยการคิดสักนิดก่อนจะทำร้ายหรือกลั่นแกล้งใครก็ตาม หากไม่ยอมก้มกราบติดตัวไปตลอดชีวิตหรือโดนตราหน้าว่าเป็นไม่ดี เพราะทุกคนมีความเป็นมนุษย์เหมือนกันและคงไม่มีใครสมบูรณ์แบบไปเสียทุกเรื่อง บางครั้งอาจมีด้านมืดที่ไม่อยากให้ใครเห็น เฉากเช่นตัวเรา เพราะฉะนั้นก่อนจะทำร้าย ก็ให้คิดถึงความเป็นมนุษย์ตรงนี้สักนิด แม้ในประเทศไทยยังไม่ได้มีมาตรการจัดการกับเรื่องนี้อย่างสมควรนัก และที่น่าเป็นห่วงคือ เหยื่อส่วนใหญ่มีอายุน้อยลงทุกวัน การกลั่นแกล้งเพียงอย่างเดียวอาจนำไปสู่การฆ่าตัวตายไม่ได้ก็จริง แต่การปล่อยปละละเลยจากผู้ปกครอง และจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยความไร้วุฒิภาวะ อาจนำไปสู่เรื่องราวที่บานปลายในที่สุด

5.2 ความสามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณ

ปัจจุบัน “อินเทอร์เน็ต” กลายเป็นเรื่องใกล้ตัวคนทุกเพศทุกวัย และสมาร์ตโฟนกลายเป็นอุปกรณ์จำเป็นในชีวิตประจำวัน แต่ขณะเดียวกันก็เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลทำร้ายจิตใจของคนคนหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว แค่ “คลิก” โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่ยังขาดการยั้งคิดและไม่รู้เท่าทัน สาเหตุของการเกิด Cyberbullying เกือบทั้งหมดมักเริ่มก่อตัวจากความขัดแย้ง ความเห็นต่างหรือมีกรณีพิพาทระหว่างคน 2 คน ลูกหลานจนเป็นชนวนของการรังแกกันต่อในโลกออนไลน์ นอกจากนี้ ผู้คนยังเข้าใจว่าโซเชียลมีเดีย คือ พื้นที่ส่วนตัวระบายความรู้สึกได้ ถ้อยคำที่ใช้โพสต์จึงออกแนวจนแรง โพสต์ เสียดสี หรือสร้างความเสียหายให้อีกฝ่าย และแสดงอารมณ์แง่ลบออกมาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องเกรงใจ

ดังนั้นจึงควรสร้างพฤติกรรมกรรมการส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณ ด้วยการหยุดพูดร้ายให้กับคนอื่น แล้วหันมาพูดเรื่องดีๆ นอกจากจะไม่สร้างความทุกข์ให้ชีวิตคนอื่นยังประกอบสร้างความสุขให้กับตัวเองได้อีกด้วย คิดดี พูดดี แบบนี้เพื่อชีวิตจะมีแต่เรื่องดีๆ

นอกจากนั้น การใช้ประโยชน์จากการรู้เท่าทันสื่อ คือ การหยุดพฤติกรรมเสี่ยง ที่จะถูกกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์อย่างมาก การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไปเป็นความเสี่ยง ทั้งการรับคนอื่นที่ไม่รู้จักมาเป็นเพื่อน การแชต

หรือออกไปพบกับคนแปลกหน้า ใช้รูปจริงเป็นรูปโปรไฟล์ การไม่ตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน การปล่อยให้ผู้อื่นรู้รหัสเข้าใช้งาน รวมถึงไม่ log out ออกเมื่อใช้งานเสร็จหรือให้ผู้อื่นยืมใช้โทรศัพท์

5.3 เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี หรือ สามารถเป็นผู้ผลิตสื่อเอง โดยก่อให้เกิดสื่อดีๆ มีประโยชน์เพื่อสังคมด้วยการสร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง

หากย้อนไปสมัยก่อนที่โลกรับรู้ข่าวสารต่างๆ ผ่านโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อมวลชนมักจะทำงานในระบบท่อน กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารจะไม่มีทางถูกเผยแพร่ออกไป ถ้าผู้ที่ควบคุมอยู่ยังไม่อนุญาต ทำให้สื่อมวลชนแต่ละคนต้องเสนอข้อมูลข่าวสารกันบนพื้นฐานของวิชาชีพและจรรยาบรรณสื่อ ที่ต้องเสนอข่าวอย่างไร้อคติ (Impartial) จึงมีมาตรการควบคุมอย่างเป็นระเบียบแบบแผนชัดเจน แต่โลกทุกวันนี้ถูกขับเคลื่อนด้วยอินเทอร์เน็ต ประโยชน์ก็คือทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และทุกคนมีสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่รวมคุณสมบัติหลายอย่างไว้ด้วยกัน เช่น ถ่ายรูปอัดวิดีโอ บันทึกเสียง และสามารถอัปโหลดข้อมูลไปสู่อินเทอร์เน็ตได้ในแทบจะทันที ใคร ๆ ก็สามารถอัปโหลดเนื้อหาได้ ขอแค่มีอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ทำให้ทุกคนล้วนทำตัวเหมือนสื่อมวลชนในแขนงใดแขนงหนึ่ง แต่เป็นสื่อมวลชนที่ยังไม่ได้จัดระเบียบ เพราะข้อเสียของอินเทอร์เน็ต คือ ไม่สามารถควบคุมดูแลอย่างทั่วถึงได้ พวกเขาจึงเผยแพร่เนื้อหาที่ยังไม่ถูกกลั่นกรองและไม่สมควรออกไปโดยที่ไม่ยั้งคิด และที่สำคัญ คือ ปราศจากความรู้สึกผิดใดๆ

ดังนั้น การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ทุกภาคส่วนในสังคมควรร่วมมือกันสร้างและปลูกฝังวัฒนธรรมใหม่ในสังคมไทย เพื่อสร้างจิตสำนึกในการใช้โซเชียลมีเดียในเชิงสร้างสรรค์ มากกว่าเป็นอาวุธในการทำลายคู่ขัดแย้ง เพื่อให้ประเทศไทยเป็นสังคมที่ปราศจากการกลั่นแกล้งกัน ให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน ไม่ลดคุณค่าในตัวเองของผู้อื่นลงเพื่อความสนุกสนาน

6. สรุปและข้อเสนอแนะด้านคุณภาพรายการโดยภาพรวม

ผลจากการได้รับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า ทำให้รู้จักการแยกแยะเจตนาของสื่อผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์การโพสต์ การแชร์ ไม่หลงเชื่อ เนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิด วิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถามว่า สิ่งนั้นจริงหรือไม่จริงเป็นการ Bullying หรือการกลั่นแกล้งกันบนโลกโซเชียลหรือไม่ ใครเป็นคนให้ข้อมูลเขาต้องการสื่ออะไร หรือมีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่

ในอีกประเด็นหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** เกิดการรู้จักแยกแยะอารมณ์ออกจากความคิดในขณะที่เปิดรับสื่อ โดยจะการแสวงหาหรือสืบค้นที่มาของต้นตอข่าวก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อในสิ่งที่ผู้ได้รับการ Bullying ได้รับ

ทั้งนี้ เนื้อหารายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ได้สร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มผู้รับชมรายการด้านการจัดการต่อความขัดแย้ง หรือ การกลั่นแกล้งกันในโลกไซเบอร์ หรือ Cyberbullying จากการที่ทุกฝ่ายตื่นตัวรู้เท่าทันการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นความสำคัญต่อเพื่อนมนุษย์ เป็นความสัมพันธ์ของคนในสังคมด้วยกัน อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะในด้านรูปแบบรายการว่า ควรนำเสนอในรูปแบบที่ดึงดูดใจผู้รับชมมากกว่านี้ เพื่อให้คนติดตามชมมากขึ้น เนื่องจากเป็นรายการที่สาระประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง

5. ผลการประเมิน

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

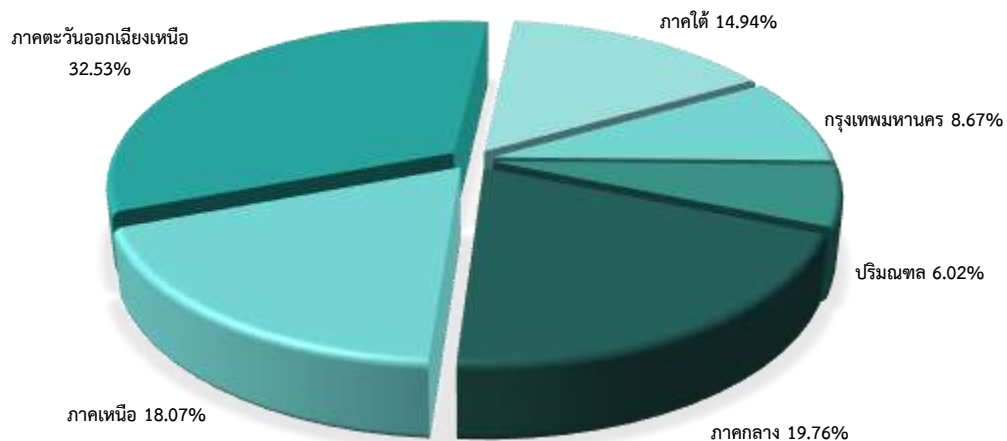
ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถ
ในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
ครั้งที่ 2

5.การประเมินผลครั้งที่ 2

โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การประเมินผลการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน และ ประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ ตลอดจน ความรู้ ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยของประชาชนตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์โดยดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจ ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครั้งที่ 2 จำนวน 415 ตัวอย่าง มีผลการประเมินครั้งที่ 2 ดังนี้

1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่การสำรวจในการดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ



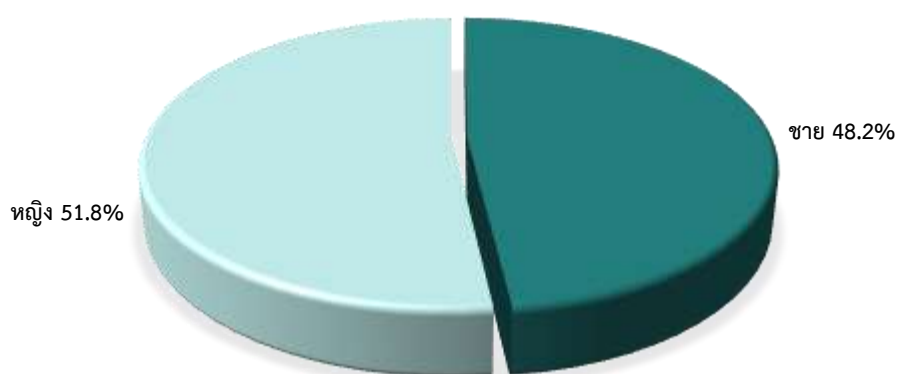
การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณครั้งที่ 2 โดยการลงพื้นที่สำรวจจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และ กรุงเทพมหานคร – ปริมณฑล รวม 415 ตัวอย่าง โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุดร้อยละ 32.53 (จำนวน 135 คน) รองลงมา เป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคกลางร้อยละ 19.76 (จำนวน 82 คน) กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือร้อยละ 18.07 (จำนวน 75 คน) กลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้ร้อยละ 14.94 (จำนวน 62 คน) และ กรุงเทพมหานครร้อยละ 8.67 (จำนวน 36 คน) ปริมณฑลร้อยละ 6.02 (จำนวน 25 คน) ตามลำดับดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่เก็บข้อมูลการดำเนินการศึกษาวิจัยสำรวจ

พื้นที่เก็บข้อมูล	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	36	8.67
ปริมณฑล	25	6.02
ภาคกลาง	82	19.76
ภาคเหนือ	75	18.07
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	135	32.53
ภาคใต้	62	14.94
รวม	415	100.00

2 ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

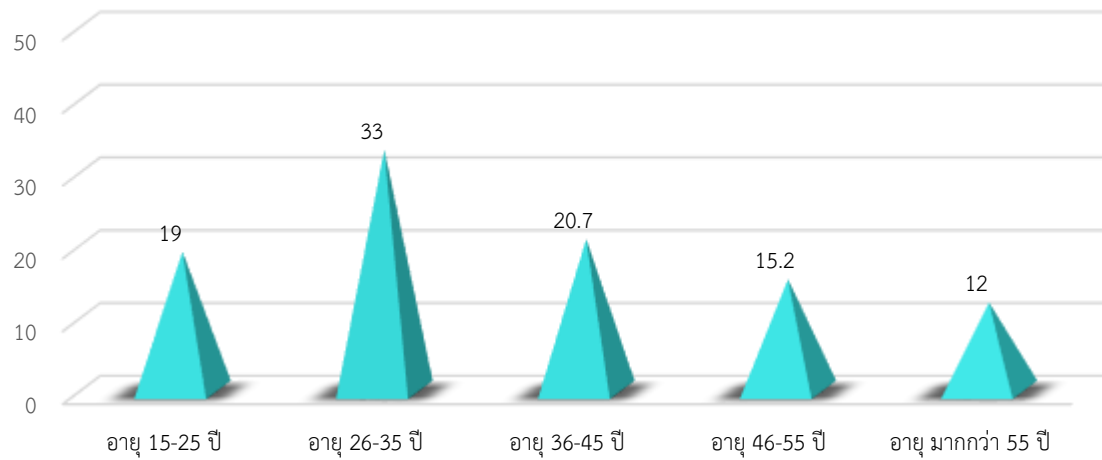


จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 415 ตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 48.2 (จำนวน 200 คน) ใกล้เคียงกับเพศหญิงร้อยละ 51.8 (จำนวน 215คน) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของเพศและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ชาย	200	48.2
หญิง	215	51.8
รวม	415	100.0

2.2 อายุกลุ่มตัวอย่าง

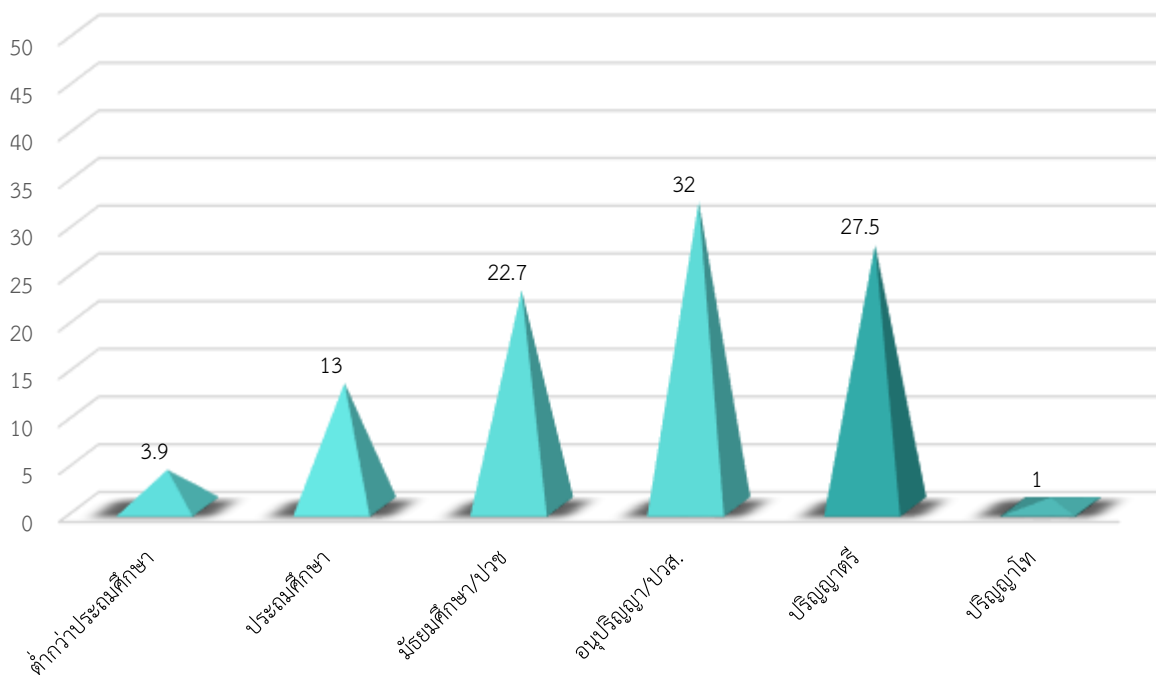


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.0 (จำนวน 137 คน) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี รองลงมาร้อยละ 20.7 (จำนวน 86 คน) มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และ ร้อยละ 19.0 (จำนวน 79 คน) มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละของอายุและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
อายุ 15-25 ปี	79	19.0
อายุ 26-35 ปี	137	33.0
อายุ 36-45 ปี	86	20.7
อายุ 46-55 ปี	63	15.2
อายุมากกว่า 55 ปี	50	12.0
รวม	415	100.0

2.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

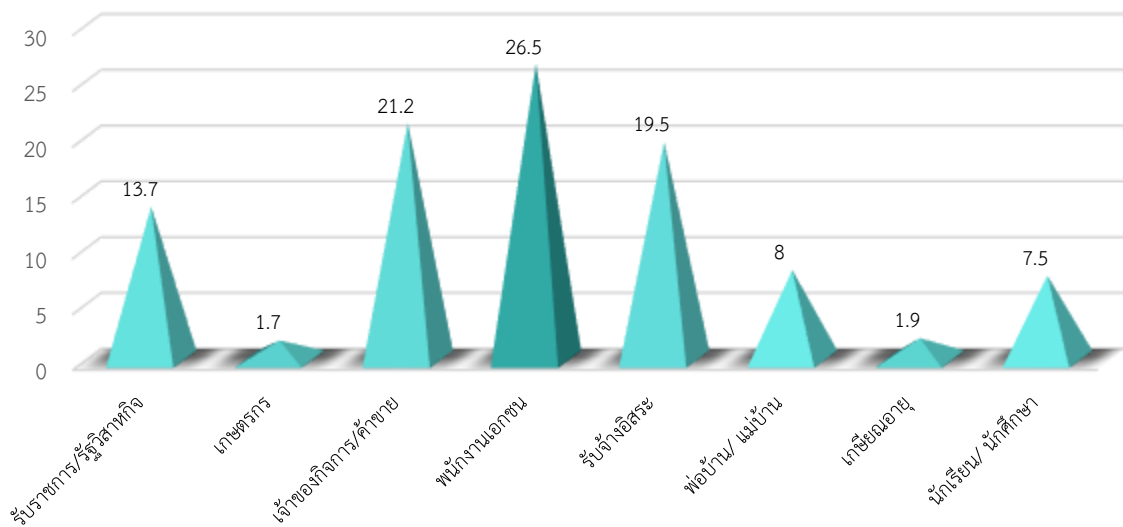


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32.0 (จำนวน 133 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 27.5 (จำนวน 114 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. และ ร้อยละ 22.7 (จำนวน 94 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ตามลำดับดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุดและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	16	3.9
ประถมศึกษา	54	13.0
มัธยมศึกษา/ปวช.	94	22.7
อนุปริญญา/ปวส.	133	32.0
ปริญญาตรี	114	27.5
ปริญญาโท	4	1.0
รวม	415	100.0

2.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

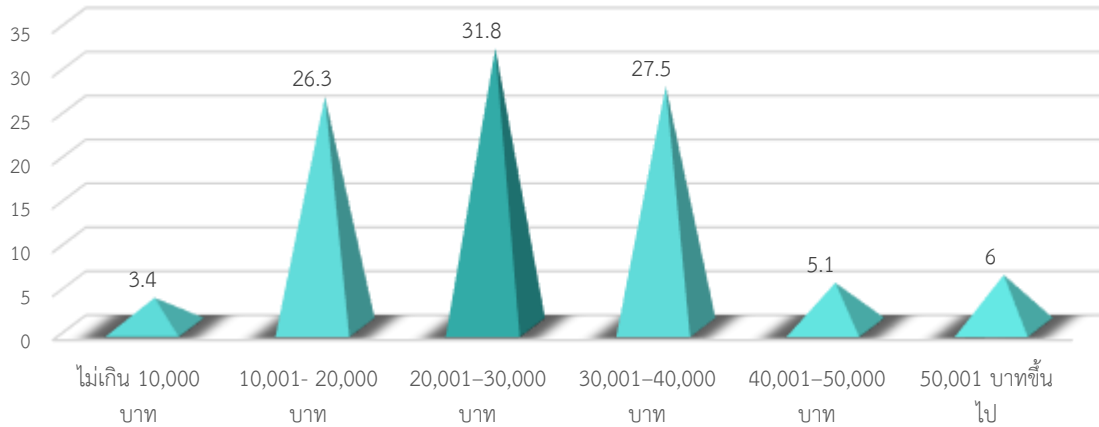


ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 26.5 (จำนวน 110 คน) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมาร้อยละ 21.2 (จำนวน 88 คน) เป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ร้อยละ 19.5 (จำนวน 81 คน) เป็นผู้รับจ้างอิสระ และ ร้อยละ 13.7 (จำนวน 57 คน) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละของอาชีพและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	57	13.7
เกษตรกร	7	1.7
เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	88	21.2
พนักงานเอกชน	110	26.5
รับจ้างอิสระ	81	19.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	33	8.0
เกษียณอายุ	8	1.9
นักเรียน/นักศึกษา	31	7.5
รวม	415	100.0

2.5 รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน



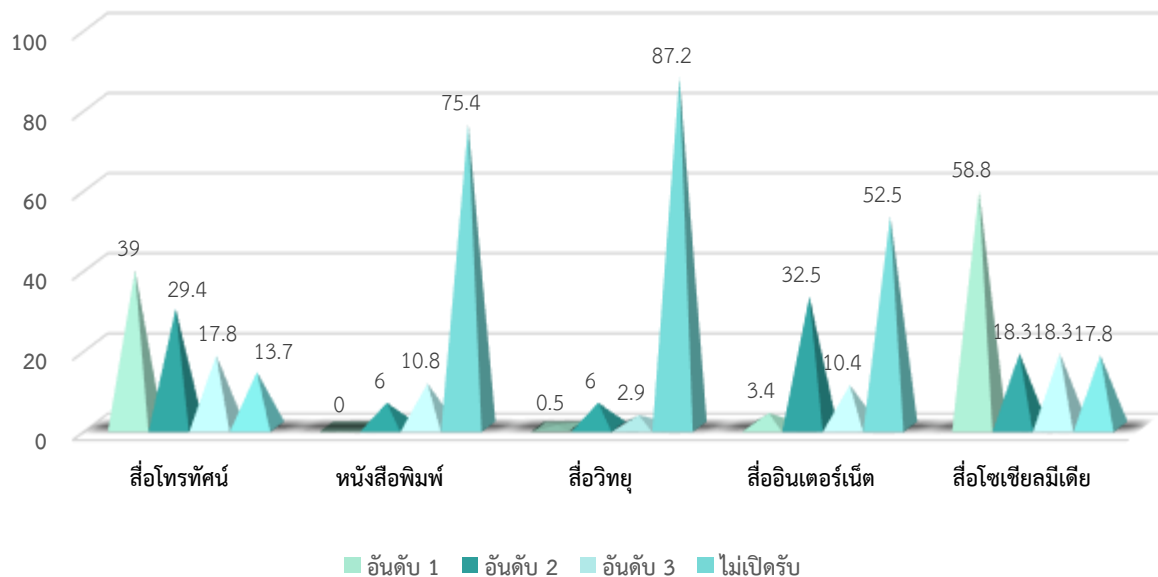
กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31.8 (จำนวน 132 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 27.5 (จำนวน 114 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 30,001-40,000 บาท และ ร้อยละ 26.3 (จำนวน 109 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 10,001- 20,000 บาท ตามลำดับดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละของรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	14	3.4
10,001- 20,000 บาท	109	26.3
20,001-30,000 บาท	132	31.8
30,001-40,000 บาท	114	27.5
40,001-50,000 บาท	21	5.1
50,001 บาทขึ้นไป	25	6.0
รวม	415	100.0

3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

3.1 การเปิดรับข่าวสาร สาระ ความบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อประเภทต่างๆ ต่อสัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง



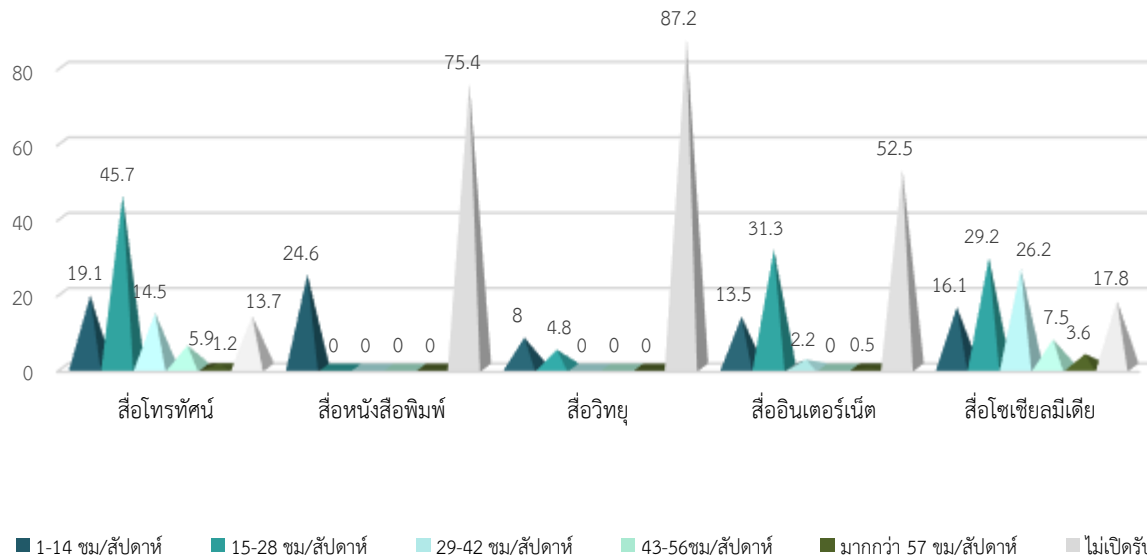
ผลการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอันดับ 1 มากที่สุดร้อยละ 58.8 (จำนวน 244 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 39.0 (จำนวน 162 คน) ตามลำดับ และ อันดับ 2 เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตใน มากที่สุดร้อยละ 32.5 (จำนวน 135 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 29.4 (จำนวน 122 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงร้อยละของการเลือกเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทสื่อที่เปิดรับ ข่าวสาร สาระ ความบันเทิง	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		ไม่เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโทรทัศน์	162	39.0	122	29.4	74	17.8	57	13.7
หนังสือพิมพ์	0	0	25	6.0	45	10.8	313	75.4
สื่อวิทยุ	2	.5	25	6.0	12	2.9	362	87.2
สื่ออินเทอร์เน็ต	14	3.4	135	32.5	43	10.4	218	52.5
สื่อโซเชียลมีเดีย	244	58.8	76	18.3	76	18.3	74	17.8

หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างเลือกรับสื่อมากกว่า 1 ประเภท

3.2 จำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อ



ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อทั้งด้านข่าวสาร สารระ ความบันเทิงจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 45.7 (จำนวน 190 คน) รองลงมาใช้เวลาในการเปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์ จากสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 31.3 (จำนวน 130 คน) และ เปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์จากสื่อโซเชียลมีเดีย ร้อยละ 29.2 (จำนวน 121 คน)

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการรับสื่อโซเชียลมีเดียถึงจำนวน 29-42 ชม/สัปดาห์ ร้อยละ 26.2 (จำนวน 109 คน) โดยในการเปิดรับสื่อนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เปิดรับสื่อวิทยุสูงถึงร้อยละ 87.2 (จำนวน 362 คน) ดังตารางที่ 10

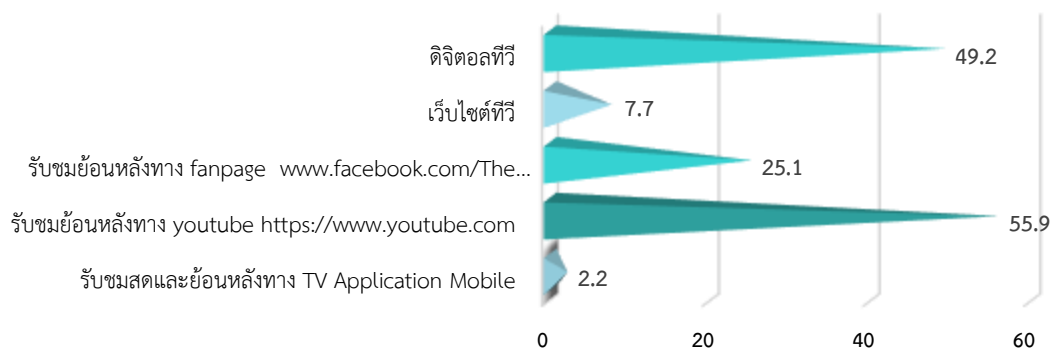
ตารางที่ 10 แสดงร้อยละของจำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อ	สื่อโทรทัศน์		สื่อหนังสือพิมพ์		สื่อวิทยุ		สื่ออินเทอร์เน็ต		สื่อโซเชียลมีเดีย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-14 ชม/สัปดาห์	79	19.1	102	24.6	33	8.00	56	13.5	67	16.1
15-28 ชม/สัปดาห์	190	45.7	-	-	20	4.8	130	31.3	121	29.2
29-42 ชม/สัปดาห์	60	14.5	-	-	-	-	9	2.2	109	26.2
43-56 ชม/สัปดาห์	24	5.9	-	-	-	-	-	-	31	7.5
มากกว่า 57 ชม/สัปดาห์	5	1.2	-	-	-	-	2	0.5	15	3.6
ไม่เปิดรับ	57	13.7	313	75.4	362	87.2	218	52.5	74	17.8
รวม	415	100.0	415	100.0	415	100.0	415	100.0	415	100.0

4. การรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กทปส. เป็นรายการเกี่ยวกับเรื่องของการรู้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ในการสนับสนุนให้ผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อและสามารถตีความข่าวได้อย่างมีสติ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้รับสารมีข้อมูลและความรู้ที่จะนำมาประกอบในการตัดสินใจและใช้วิจารณญาณในการเปิดรับข้อมูล โดยออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 22.00 – 22.30 น. ทางช่อง 3 SD ช่อง 28 ซึ่งในแต่ละสัปดาห์จะมีทั้งผู้เชี่ยวชาญรวมถึงคนในแวดวงสื่อทั้งคนโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ คนวงการบันเทิงมาให้ความรู้และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นนั้นๆ และมีตัวแทนผู้รับสารมาร่วมแสดงความคิดเห็น

4.1 ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ



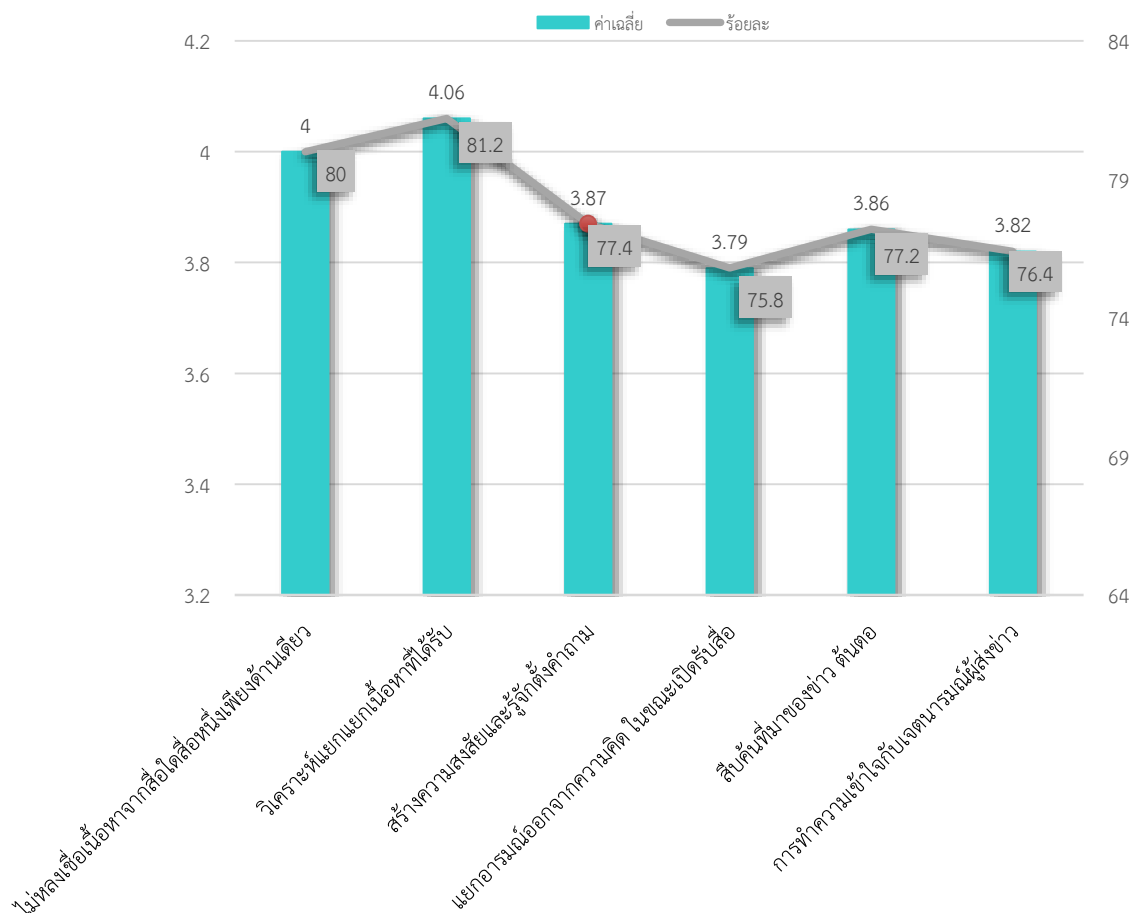
ผลการสำรวจการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมส่วนใหญ่ร้อยละ 55.5 (จำนวน 232 คน) รับชมผ่านช่องทางย้อนหลังทาง YouTube <https://www.youtube.com>) รับชมผ่านช่องทางดิจิตอลทีวี รองลงมา ร้อยละ 49.2 (จำนวน 204 คน) และยังรับชมย้อนหลังทาง Facebook fan page [www.facebook.com/The Knowledge](http://www.facebook.com/TheKnowledge) ร้อยละ 25.1 (จำนวน 104 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละของช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ไม่รับชม		รับชม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดิจิทัลทีวี	211	50.8	204	49.2
เว็บไซต์ทีวี	383	92.3	32	7.7
รับชมย้อนหลังทาง fanpage www.facebook.com/TheKnowledge	311	74.9	104	25.1
รับชมย้อนหลังทาง youtube https://www.youtube.com	183	44.1	232	55.9
รับชมสดและย้อนหลังทาง TV Application Mobile	406	97.8	9	2.2

หมายเหตุ กลุ่มผู้รับชมเลือกตอบมากกว่า 1 ช่องทาง

4.2 ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



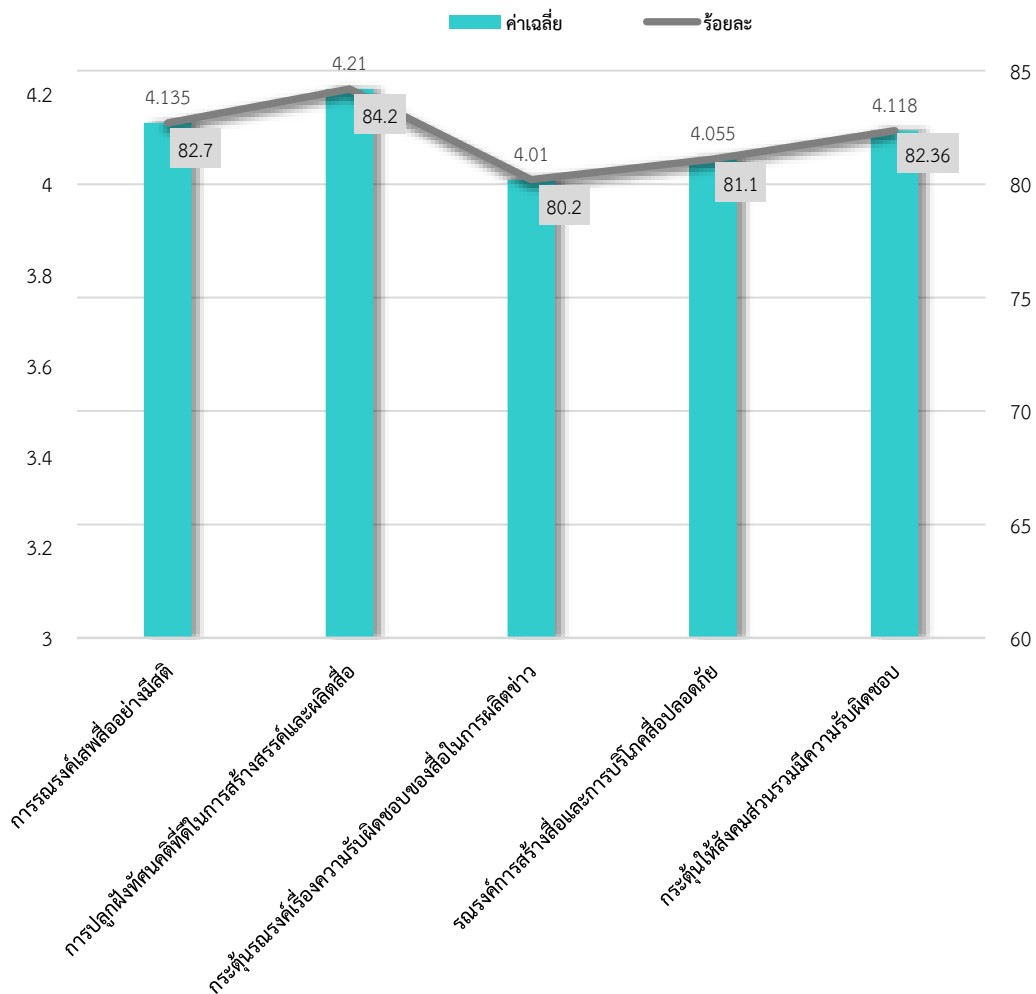
รายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีรูปแบบวิธีการนำเสนอให้สาระความรู้ด้านองค์ความรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้รับชมรายการ ทั้งนี้ ผลการประเมินผลรายการพบว่า รายการสร้างความรู้ความเข้าใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 78.0

ทั้งนี้ ความรู้ความเข้าใจจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** มีหลากหลายด้านโดยความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการด้านการรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.2 รองลงมา รายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ได้สร้างความรู้ความเข้าใจด้านการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 80 และได้สร้าง ความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 77.4 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ	ค่าสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความหมาย
การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว	2.00	5.00	4.00	80.0	มาก
การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ	2.00	5.00	4.06	81.2	มาก
การสร้าง ความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง	2.00	5.00	3.87	77.4	มาก
การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิดในขณะเปิดรับสื่อ	2.00	5.00	3.79	75.8	มาก
การแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว หรือต้นตอ	2.00	5.00	3.86	77.2	มาก
การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์หรือเจตนารมณ์ผู้ส่งข่าวหรือ ผู้เสนอข่าว	2.00	5.00	3.82	76.4	มาก
ค่าเฉลี่ย			3.90	78.0	มาก

5. มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน



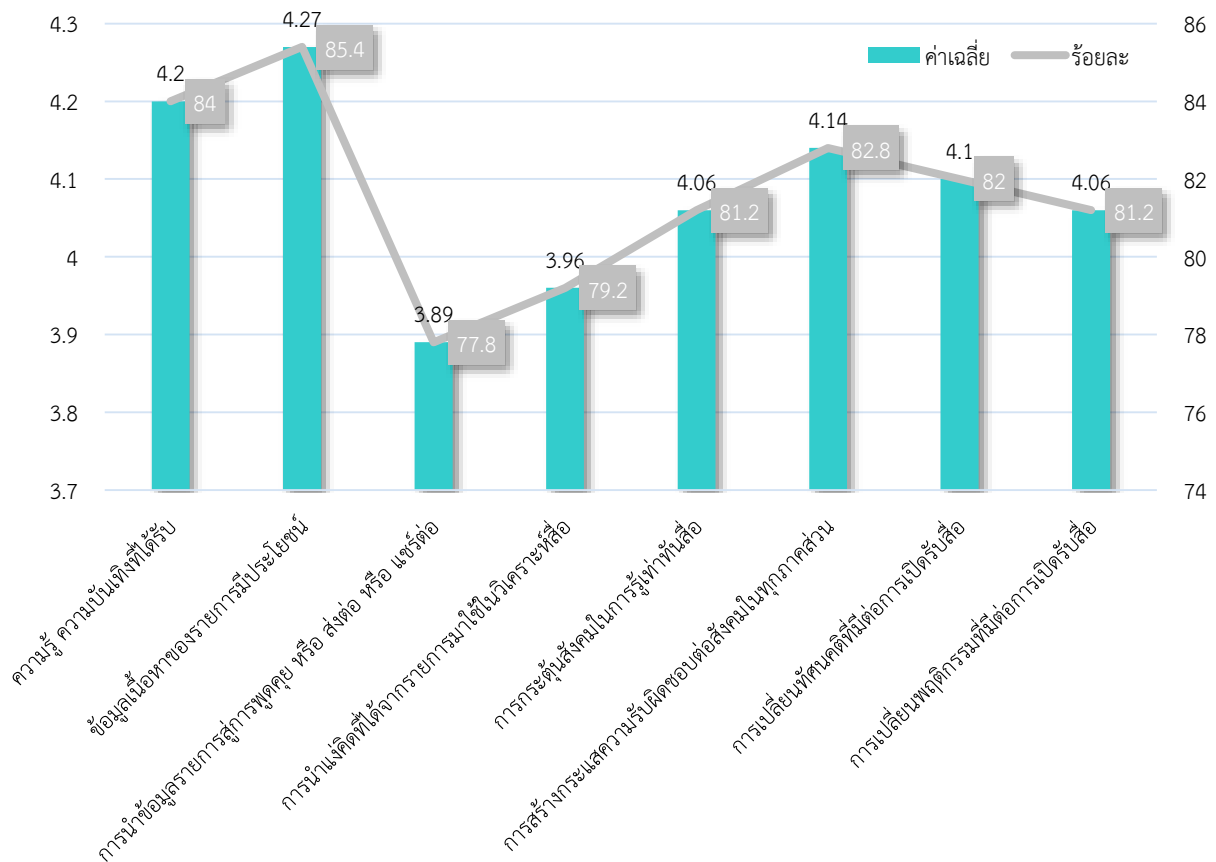
ด้านมุมมองของผู้รับชมรายการในการให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันนั้นผลการประเมินพบว่า กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.106 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.12

ทั้งนี้ ประเด็นที่กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันมากที่สุดคือ การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.210 จาก 5 คะแนนหรือ ร้อยละ 84.2 รองลงมา กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน คือ การรณรงค์เสปสื่ออย่างมีสติ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.135 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.7 และ ให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันด้านกระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.118 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.4 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงค่าความถี่และร้อยละของมุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความหมาย
การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ	3.00	5.00	4.17	83.4	มาก
การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ	2.00	43.00	4.16	83.2	มาก
กระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าว	2.00	5.00	4.04	80.8	มาก
รณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย	3.00	5.00	4.09	81.8	มาก
กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบ	2.00	5.00	4.15	83.0	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.12	82.4	มาก

6. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



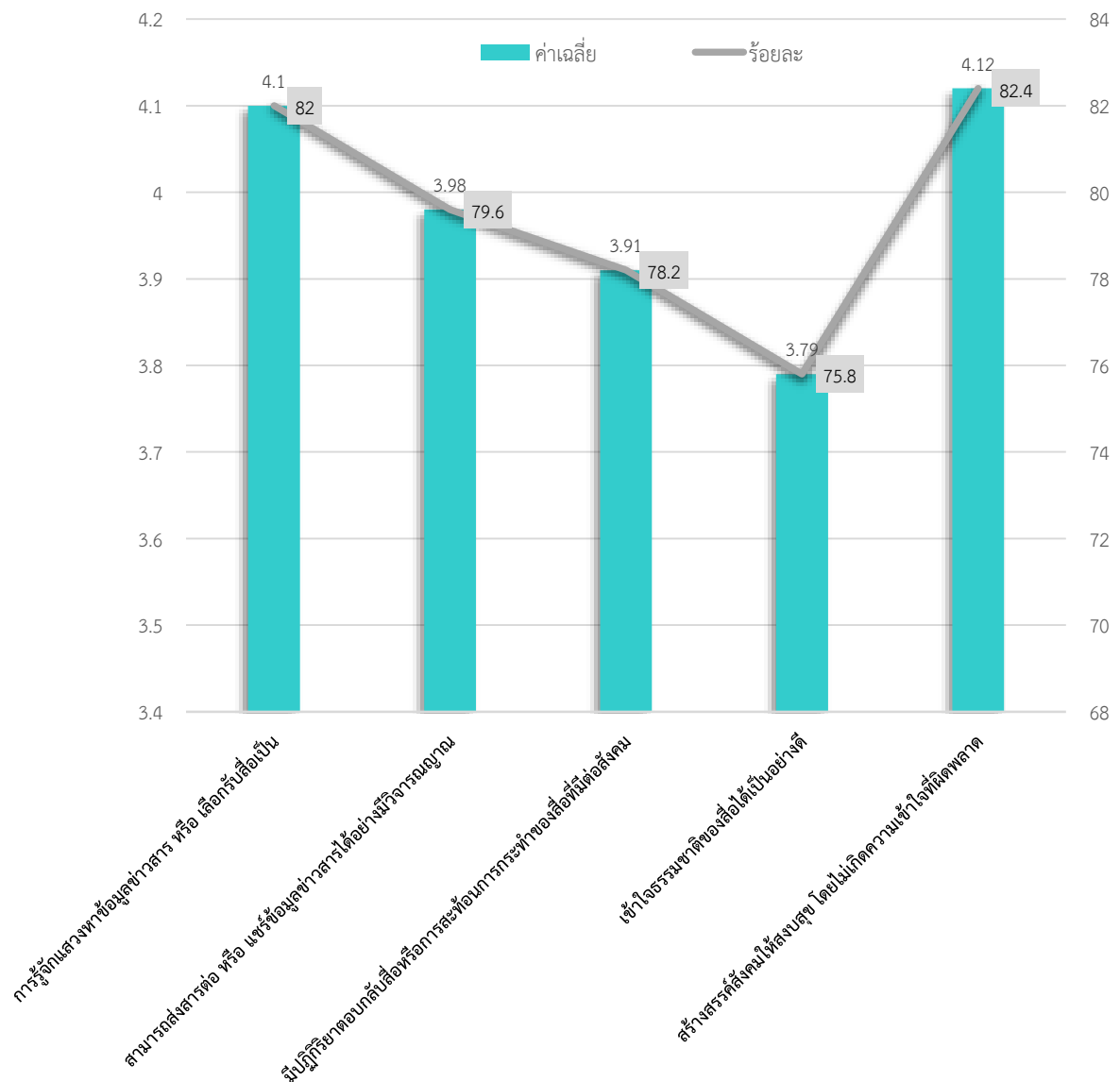
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในภาพรวมในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.08 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.07

ทั้งนี้ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมมากที่สุดในด้านข้อมูลเนื้อหาของรายการมีประโยชน์ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.27 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 85.4 รองลงมาผู้รับชมพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.20 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.0 และ พึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านการสร้างกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกภาคส่วนในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.14 จาก 5 คะแนน หรือร้อยละ 82.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ความพึงพอใจต่อ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ หมาย
ความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับ	2.00	5.00	4.20	84.0	มาก
ข้อมูลเนื้อหาของรายการมีประโยชน์	2.00	5.00	4.27	85.4	มาก
การนำข้อมูลรายการสู่การพูดคุย หรือ ส่ง ต่อ หรือ แชร์ต่อ	2.00	5.00	3.89	77.8	มาก
การนำแง่คิดที่ได้จากรายการมาใช้ในการ วิเคราะห์สื่อ	2.00	5.00	3.96	79.2	มาก
การกระตุ้นสังคมในการรู้เท่าทันสื่อ	2.00	5.00	4.06	81.2	มาก
การสร้างกระแสความรับผิดชอบต่อสังคม ในทุกภาคส่วน	2.00	5.00	4.14	82.8	มาก
การเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อ	2.00	5.00	4.10	82.0	มาก
การเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีต่อการเปิดรับสื่อ	2.00	5.00	4.06	81.2	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.08	81.7	มาก

7. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย



ผลกระทบจากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้สร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางใดทางหนึ่งแก่ผู้รับสาร โดยผลกระทบด้านหนึ่งคือ การใช้ประโยชน์ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากองค์ความรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** โดยผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย พบว่า มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.98 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 79.6

ประเด็นด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ในประเด็นต่างๆ พบว่า การสร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิด

ความเข้าใจที่ผิดพลาด เป็นการใช้อย่างไม่เหมาะสมจากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยที่ผู้รับสารนำมาใช้ประโยชน์มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุด 82.4 หรือ ร้อยละ 82.4 รองลงมาพบว่ากลุ่มผู้รับชมได้รับรู้และตระหนักถึงองค์ความรู้ด้านรู้เท่าทันสื่อทำให้ได้ประโยชน์ระดับมาก ต่อการสร้างพฤติกรรมการรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น ที่ค่าเฉลี่ย 4.10 หรือ ร้อยละ 82 และ ช่วยให้ประโยชน์ระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.98 หรือ ร้อยละ 79.6 ทำให้สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามลำดับดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงค่าความถี่และร้อยละของการใช้อย่างไม่เหมาะสมจากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

การใช้อย่างไม่เหมาะสมจากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความหมาย
การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น	2.00	5.00	4.10	82.0	มาก
สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	2.00	5.00	3.98	79.6	มาก
มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อหรือการสะท้อนการกระทำของสื่อที่มีต่อสังคม	2.00	5.00	3.91	78.2	มาก
เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	3.79	75.8	มาก
สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด	2.00	5.00	4.12	82.4	มาก
ค่าเฉลี่ย			3.98	79.6	มาก

ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ครั้งที่ 2

ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ” ซึ่งดำเนินการออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ เวลา 22.00–22.30 น. ทางช่อง 3 SD (ช่อง 28) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ และการรับประโยชน์รายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน โดยจัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อครั้งที่ 2” ผลการประเมินมีดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ครั้งที่ 2

ผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ครั้งที่ 2 คือ กลุ่มตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยทำงาน อายุระหว่าง ระหว่าง 26 - 45 ปี จำนวน 10 คน

2. ความรู้ความเข้าใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) ประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์การรู้เท่าทันสื่อ คือ กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อในเรื่อง **ข่าวแล้วหรือจะซื้อของออนไลน์** หลากหลายประเด็นดังนี้

2.1 ความรู้ความเข้าใจต่อการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ (Online Media Literacy)

ผลจากการได้รับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า ทำให้รู้จักการแยกแยะเจตนาของผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์การโพสต์ การแชร์ ไม่หลงเชื่อ เนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิดวิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถามว่า สิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง ใครเป็นคนให้ข้อมูลเขาต้องการสื่ออะไรหรือมีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่

ในอีกประเด็นหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างผู้รับชม The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ เกิดการรู้จักแยกแยะอารมณ์ออกจากความคิดในขณะที่เปิดรับสื่อ โดยจะการแสวงหาหรือ สืบค้นที่มาของต้นตอข่าวก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อในสิ่งที่ได้รับ

ด้านความรู้เรื่องการซื้อของออนไลน์ในรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ นั้น พบว่า การซื้อของออนไลน์เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในสังคมของผู้บริโภคจากที่ต้องเดินออกจากบ้านเพื่อไปหาซื้อของเข้าบ้านเปลี่ยนเป็นการซื้อสินค้าอยู่กับบ้าน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน เพราะสามารถสั่ง ง่าย ซื้อของได้ง่ายแค่เพียงมีคอมพิวเตอร์ หรือ สมาร์ทโฟน แล้วกดเลือกซื้อสินค้า

ทุกวันนี้การ ซื้อสินค้าออนไลน์ ถือเป็นเรื่องที่ไม่ไกลตัวอีกแล้ว เพราะมีเทคโนโลยีต่างๆ ออกมารองรับส่วนนี้อย่างมากมาย จนทำให้การซื้อสินค้าออนไลน์ มีความสะดวกขึ้นเป็นอย่างมาก ทั้งการเลือกดูสินค้า การจ่ายเงิน การส่งของ ล้วนแล้วแต่มีบริการออกมารองรับมากมาย จึงไม่แปลกเลยที่การซื้อสินค้าออนไลน์นั้นจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนยุคนี้ ทั้งนี้ จากการประเมินผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ครั้งที่ 2 จำนวน 2 กลุ่ม พบว่า เหตุผลของ“การซื้อของออนไลน์” ของผู้ให้ข้อมูลหลักมีหลากหลายเหตุผลดังนี้

1) ซื้อของออนไลน์เพราะสินค้ามาส่งถึงที่

การซื้อของออนไลน์ด้วยเหตุผลเพราะสินค้ามาส่งถึงที่ โดยผู้บริโภคขยายความเพิ่มเติมว่า ลดปัญหาการเดินทางที่ต้องออกไปเผชิญกับปัญหารถติด หาทิจอดรถไม่ได้ บางครั้งห้างสรรพสินค้า หรือ ร้านค้าไกลจากบ้านไกลจากที่ทำงานมาก และ ลำบากในการเดินทาง ตลอดจนการไม่ต้องการหิ้วสินค้าที่ซื้ออย่างพะรุงพะรังด้วยตนเอง

การซื้อสินค้าออนไลน์อยู่บ้านเพียงสัมผัสสมาร์ตโฟน แล้วชำระเงิน หรือ รอชำระเมื่อสินค้ามาส่งสร้างความสะดวกสบาย ไม่ต้องออกแรงไปรับสินค้าที่ร้าน หรือ ที่ห้าง เหตุผลที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ คือ ไม่อยากไปไหน อยากสบายๆ ในที่ที่ต้องการ

2) ซื้อของออนไลน์เพราะต้องการประหยัดเวลา

การซื้อของออนไลน์ด้วยเหตุผลเพราะต้องการประหยัดเวลา ไม่มีเวลาออกไปเดินเลือกซื้อสินค้า บางครั้งสามารถเอาเวลาไปทำอย่างอื่น เหมาะกับสภาพสังคมเร่งรีบแข่งกับเวลา หรือ เหนื่อยล้าจากการทำงาน ต้องการ พักผ่อน ดูหนัง ฟังเพลง เที่ยวกับเพื่อน เหตุผลหลักข้อหนึ่งของการซื้อของออนไลน์ เพราะทุกๆ คนต้องการประหยัดเวลาของตัวเอง

3) ซื้อของออนไลน์ เพราะ ราคา

การซื้อของออนไลน์ เพราะ ต้องการของราคาถูกโดยดูราคาหลากหลายร้านค้าผ่านโลกออนไลน์ บางครั้งสินค้าบางชิ้นเราอยากได้มาก แต่ถ้าให้เราเดินเลือกเองหลายๆ ร้านเพื่อดูราคาที่ถูกที่สุดจะลำบากและเสียเวลามาก ดังนั้น การดูราคาที่บอกรายละเอียดทุกอย่าง ทั้งราคา และ คุณสมบัติสินค้า ทำให้เรตัดสินใจซื้อได้เพียงปลายนิ้ว และ บางครั้งการซื้อของออนไลน์เกิดจากการต้องการของที่บ้านเมืองเราไม่มี เป็นของหายาก หรือ ของนำเข้าที่ไม่มีขายที่ไหน เราก็ยินดีจ่ายแพง เพื่อให้ได้สิ่งนั้นมาเช่นกัน

การซื้อของออนไลน์สามารถเปรียบเทียบราคาได้ง่าย เริ่มจากการใช้ Google ค้นหาสินค้าที่เราต้องการก่อน แล้วเอาไปเทียบกับระหว่างเว็บไซต์ต่างๆ บางครั้งสินค้าตัวเดียวกันอาจจะมีถูกกว่ากันก็ได้ นี่จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งในการที่ทำให้คนหันมาซื้อของออนไลน์กันเยอะขึ้น โดยเมื่อเปรียบเทียบราคา ถ้าใครถูกสุด ก็ซื้ออันนั้น เป็นวิธีที่คนบนออนไลน์ เข้าใจกันเป็นอย่างดี

4) ซื้อของออนไลน์ เพราะ มีตัวเลือกสามารถคลิกตรงก่อนตัดสินใจซื้อ

การซื้อของออนไลน์ เพราะ มีตัวเลือก สามารถเลือกได้ จะเลือกแบบไหน รายละเอียดอย่างไร ร้านนี้ไม่มี ไปร้านอื่นได้ เว็บไซต์นี้ไม่มี ไปเว็บไซต์อื่น สามารถท่องโลกออนไลน์ซึ่งรู้ทุกอย่าง อยากได้อะไร ก็หาได้มีตัวเลือกเยอะแยะมากมายเลือกจนกว่าจะพอใจ ไม่ต้องเสียเวลาทะเลาะกับพ่อค้าแม่ค้าเพราะความช่างเลือกของเรา ซึ่งหมายถึง สามารถคลิกตรงก่อนตัดสินใจซื้อได้นานกว่า

2.2 ผลกระทบของการซื้อของออนไลน์

การซื้อของออนไลน์สามารถตอบโจทย์วิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ ที่ชอบความสะดวกรวดเร็ว ทุกอย่างสามารถหาซื้อได้เพียงปลายนิ้วกดซื้อจากสมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต และ search engine ต่างๆ หากแต่ความสะดวกนั้น ก็ใช่ว่าจะปลอดภัยทั้งหมด เพราะเกิดปัญหารู้ไม่เท่าทันสื่อซึ่งถือเป็นปัญหาที่โยงใยขยายผลไปสู่การสร้างการหลอกลวงก่อให้เกิดมิจฉาชีพ แก๊งหลอกโอนเงินสร้างมูลค่าความเสียหายส่งผลกระทบต่อผู้คน ครอบครัว ชุมชน และ สังคมระดับมหภาค

1) ความเสียหายต่อทรัพย์สิน

การซื้อสินค้าออนไลน์จากพ่อค้าแม่ค้าที่แฝงมาในลักษณะมิจฉาชีพที่หลอกลวงให้เราจ่ายเงินโอนสินค้าไปให้ แต่เราไม่ได้รับสินค้า ซึ่งมิจฉาชีพเหล่านี้ก็มีเล่ห์เหลี่ยมมากมายที่จะมาหลอกเอาเงินของเราไป และหากพูดถึงวิธียอดนิยมในการหลอกลวงการซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีมิจฉาชีพมักจะใช้ และ เรามักจะตกเป็นเหยื่อกันก็คือ ของราคาถูก ดี ให้เรารีบโอน ซึ่งวิธีนี้หากเราไม่ทำการเช็คข้อมูลประวัติผู้ขายให้ดี หรือ เห็นแก่ของถูก จนหน้ามืดตามัว ก็จะตกเป็นเหยื่อได้อย่างไม่ยาก อาทิ การซื้อทัวร์ราคาถูกที่ผู้ซื้อถูกหลอกจนเป็นปัญหาเช่นในปัจจุบัน

2) สินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาชวนเชื่อ

ปัญหาที่แก้ไม่ตกในสังคมปัจจุบันคือเรื่องการรู้ไม่เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะในโลกของการโฆษณา โดยเฉพาะ ผอม สวย ขาว หน้าอ่อนเยาว์

คนส่วนใหญ่กำลังประสบปัญหาเรื่องน้ำหนักตัว ยาลดความอ้วน จึง เป็นสิ่งแรกๆ ที่หลายคนมองหาจากโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะยาสลายไขมัน ระเบิดพุง ล้วนเสี่ยงต่อผลข้างเคียงสูง เพราะส่วนใหญ่ยาประเภทนี้จะออกฤทธิ์กดประสาทส่วนกลาง ลดความอยากอาหาร ส่งผลทำให้น้ำหนักลดไว แต่เมื่อหยุดทานสักพัก น้ำหนักก็จะเพิ่มขึ้น ที่เราได้ยินบ่อยๆ ว่า yo-yo effect ที่นอกจากนี้ยังพบผลข้างเคียงอื่นๆ เช่น นอนไม่หลับ เวียนศีรษะ วิดกกังวล ตาพร่า แน่นอนว่าหากใช้ติดต่อกันนานๆ อาจทำให้ติดยาได้ และเสี่ยงเสียชีวิตได้ทุกเมื่อ

บางครั้งสินค้าบางอย่างก็ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาในภาพ หรือ รายละเอียดที่ประกาศขาย การซื้อสินค้าออนไลน์เนื่องจากไม่สามารถทดลองสินค้าได้ จึงมักเสี่ยงต่อการซื้อสินค้าแล้วไม่เป็นไปตามที่เห็นในรูป หรือ ที่คาดหวังไว้ ผลกระทบที่ตามมาคือ การเสียเงินซื้อสินค้าที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์

3) ความไม่สามารถแยกแยะความจริงและความเท็จของผู้บริโภค

ข้อความในการโฆษณาสินค้าในสังคมออนไลน์ สามารถสร้างโลกที่ไม่เป็นจริงผู้บริโภคให้หลงเชื่อ และ ยอมรับว่าเป็นจริงได้ไม่ยาก โดยไม่มีกระบวนการตรวจสอบกลั่นกรองใดๆ และสามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้ทันที อย่างประชิดตัว

ทั้งนี้ ข้อมูลสินค้าที่หลากหลายและมีอยู่เต็มไปหมดในสื่อสังคมออนไลน์ ยังถูกแชร์ ถูกส่งต่อ ขยายผลไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว โดยกว่าที่จะทราบความจริงว่า ข้อความที่ส่งนั้นไม่เป็นความจริง ก็เกิดผลกระทบบางอย่างไปเสียแล้ว

4) การนำข้อมูลส่วนตัวของผู้ซื้อสินค้าส่งต่อเพื่อการตลาด

การซื้อของออนไลน์ในผู้ขายรายใหญ่บางครั้งมีการให้ข้อมูลส่วนตัวแก่ผู้ขาย บางครั้งมีการเรียกถามรายละเอียดบัตรเครดิต ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล ฯลฯ โดยข้อมูลส่วนตัวดังกล่าวผู้ขายที่มีความรับผิดชอบจะต้องทำการถามความสมัครใจผู้ซื้อในการให้ข้อมูล และ ต้องรักษาข้อมูลผู้ซื้อเป็นความลับ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลส่วนตัวเหล่านี้อาจมีการส่งต่อเพื่อทำการตลาดด้านอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ค้ารายอื่นๆ ได้ ผู้ซื้อเองต้องตระหนักและระมัดระวังในเรื่องดังกล่าว

3. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ประเด็น ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ คือ ความพึงพอใจต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อให้ผู้รับชมตระหนักถึงการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้รับชมรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมด้านความสงสัยใคร่รู้นำไปสู่การตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง ตลอดจนการแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อหรือการแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว ต้นตอ และการทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว

โดยเนื้อหารายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ได้สร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มผู้ชมรายการด้าน “เราจ่ายเงินค่าสินค้า แต่เราไม่ได้รับสินค้า” ทั้งนี้ ความพึงพอใจจากการได้รับความรู้ความเข้าใจที่รับจากการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ (Online Media Literacy) ได้แก่

1) ความพึงพอใจต่อการเข้าใจวิธีการทำงานของสื่อออนไลน์ว่ามีความหมายอย่างไร

ปัจจุบันร้านค้าออนไลน์ เกิดขึ้นอย่างมากมายมหาศาล สินค้าหลากหลายชนิด นับเป็นยุคของใคร่อยากค้าขาย ก็สามารถทำได้สะดวกสบาย ในขณะที่ผู้บริโภคในสังคมก้มหน้ามองจอ อ่านอะไร เปิดหน้าไหนในออนไลน์ ก็พบแต่โฆษณา สมาร์ทโฟนในมือคือ ตลาด คือจุดโฆษณา และเป็นการโฆษณาที่ซับซ้อน มีการให้ข้อมูลทางวิชาการมาประกอบ มีการอ้างอิงหน่วยงานเด่นๆ ดังๆ อ้างอิงบุคคลที่มีชื่อเสียง สร้างข้อความที่เป็นความจริงกับความเท็จปะปนกันในโลกออนไลน์

พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าได้รับอิทธิพลจากกลไกการทำงานด้านการตลาดของร้านค้าออนไลน์ ผู้บริโภคนี้ จึงนิยมซื้อ เราสามารถเข้าใจได้ว่า การนำเสนอในออนไลน์ มักจะมีความน่าสนใจ ใช้คำกล่าวอ้าง ชักจูง โน้มน้าวใจได้ง่าย ด้วยภาพ ด้วยเสียง ด้วยเทคนิคในระบบออนไลน์

2) ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการใช้สื่อออนไลน์ให้รู้เท่าทัน

การซื้อสินค้าออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างมาก และมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ในอีกด้านหนึ่ง การเติบโตของธุรกิจออนไลน์ก็ทำให้เกิดปัญหาหลายอย่างตามมา เช่น ได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือคุณภาพต่ำกว่าที่โฆษณาขายไว้ทางออนไลน์ ได้สินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ หรือไม่ตรงกับความต้องการ รวมไปถึงการโฆษณาเกินจริง หลอกลวงผู้บริโภค จนกลายเป็นปัญหาที่มีการร้องเรียน

จากการประเมินผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า ปัญหาการซื้อสินค้าออนไลน์ที่เคยพบ คือ การหลอกลวง สินค้าไม่ตรงในภาพ สินค้าไม่มีคุณภาพที่อ้างอ้าง สินค้าอันตราย สินค้าผิดกฎหมาย โอนเงินไปแล้วไม่ได้รับสินค้า และเมื่อเข้าสู่การร้องเรียน บางครั้งก็ไม่สามารถใช้กฎหมายให้ได้ผล ตามที่ควรจะเป็น เนื่องจากมักปิดร้านออนไลน์หนี และหากติดตามคดีจนถึงที่สุด ก็อาจมีความล่าช้า และเอกสารที่เป็นหลักฐาน อาจไม่เพียงพอที่จะดำเนินการ

ทั้งนี้ ประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ให้ข้อมูลหลักฯ เห็นว่า การใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลของสินค้า และ การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ขายและสินค้าที่ขายก่อนการตัดสินใจซื้อเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ มีการบริหารจัดการใช้สื่อออนไลน์ให้รู้เท่าทัน ซึ่งมีแนวทางดังนี้

1) ตรวจสอบเว็บไซต์ของร้านค้าว่ามีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกระทรวงพาณิชย์หรือไม่ การจดทะเบียนพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ผู้จดทะเบียนเป็นเจ้าของร้านค้าออนไลน์ ต้องมีการระบุข้อมูลส่วนต่างๆ เพื่อขอขึ้นจดทะเบียน ซึ่งถ้าหากเป็นมิฉฉาซึ่งคงจะไม่อยากแสดงตัวตน ให้ผู้อื่นรู้ สังเกตได้จากหน้า Contact Us ในการจดทะเบียนผู้ขายจะได้รับเลขรหัสทะเบียน และจะมีการแสดงสัญลักษณ์ทะเบียนพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

2) เลือกร้านค้าที่มีเสียงตอบรับในทางที่ดี จากคอมเมนต์ หรือ การรีวิว (Review) จากลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าจากทางร้านว่าเป็นอย่างไรการตอบคำถามของผู้ขายสามารถตรวจสอบได้จากการตอบคำถามในกระดาน (Webboard) ว่าผู้ขายหมั่นตอบคำถามของลูกค้าหรือไม่ มีการตอบคำถามอย่างไร และเอาใจใส่ลูกค้าหรือไม่ หากในกระดานมีลูกค้าเข้ามาคุยเป็นจำนวนมาก แล้วผู้ขายมีการให้ความสนใจในการตอบคำถามของลูกค้าที่ดี ผู้บริโภคก็สามารถมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าปลอดภัย

3) เลือกซื้อสินค้าในเว็บไซต์ที่มีอายุการขายอย่างน้อย 1 ปี

4) ดูเงื่อนไขการรับประกันสินค้าหรือบริการหลังการขายเนื่องจากการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ หากสินค้ามีปัญหาไม่ว่าจะเป็นการส่งที่ผิดพลาดหรือสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ทางร้านจะมีการรับประกันหรือสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้หรือไม่ ระยะเวลาในการรับประกันมีมากน้อยเพียงใด หากทางผู้ขายไม่ได้รับประกัน ผู้บริโภคก็ควรถามให้เข้าใจ และชัดเจนก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในทางที่ดีควรสอบถามผ่านทาง เว็บไซต์หรือ อีเมล เพื่อจะได้มีหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร และไม่ควรตกลงซื้อขายกันทางโทรศัพท์ และ สินค้าที่สนใจจะซื้อ

ไม่ควรเป็นสินค้าที่ผิดกฎหมาย เช่น ซีดีเถื่อน สินค้าปลอม สินค้าผิดกฎหมาย หรือสินค้าที่มีราคาสูงมาก ๆ ถ้าไม่ใช่สินค้าพวกนี้ก็ต้องกังวลใจมากมาย เพราะปัญหาส่วนใหญ่จะเกิดกับสินค้าประเภทนี้

7. ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

การรณรงค์เสฟสื่ออย่างมีสติ โดยการสร้างความรู้เข้าใจให้ประชาชนในยุคปัจจุบันรู้เท่าทันสื่อ มีความรู้ การซื้อสินค้าทางออนไลน์ ไม่ตกเป็นเครื่องมือให้ล่อลวงได้ง่าย ตลอดจนการปลูกฝังทัศนคติและพฤติกรรมที่ดีที่ดีในการรณรงค์การบริโภคสื่อปลอดภัย ถือเป็นความสำคัญในการกระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบโดยร่วมกันสร้าง การตระหนักรู้ดังนี้

1) ศึกษาหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้ออย่างรอบคอบ ตรวจสอบความต้องการสินค้านั้น หรือ ตรวจสอบดู ร้านค้าแถวบ้านเรามีขายหรือไม่ ถ้ามีเราควรไปดูตัวอย่างสินค้าที่ขายแถวบ้าน จะดีกว่า เพราะเราจะได้เห็นของจริง แต่หากเราสนใจซื้อทางออนไลน์ ด้วยเหตุใดก็ตาม ก็ต้องหาพิจารณาให้รอบคอบ

2) ตรวจสอบว่า ร้านค้าออนไลน์นั้น มีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกระทรวงพาณิชย์ หรือไม่ ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ที่ ช่องติดต่อ (Contact Us) หรือ เกี่ยวกับเรา จะเห็นเลขรหัสทะเบียน และสัญลักษณ์ ทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การซื้อจากการขายเร่บนออนไลน์ เช่น ใช้คำว่า ติดต่อหลังไมค์ หรือให้แต่ e-mail หรือให้แต่ชื่อเล่น และเบอร์โทรศัพท์ หรือ โฆษณาขายตามกระทู้ต่างๆ รูปแบบเช่นนี้ เข้าข่ายน่าสงสัย ต้องระมัดระวังการล่อลวง

3) ระบบการโอนเงิน การจ่ายเงิน ในโลกออนไลน์ เป็นระบบที่ยังไม่สามารถจะรับรองได้ว่า มีความปลอดภัย เพราะ มีมีฉ้อฉลในระดับซับซ้อน ที่อาจลวงรหัสระบบการโอน จึงต้องระมัดระวัง ใส่ใจคำเตือน จากหน่วยงาน หรือระบบของธนาคารที่มีการเตือนลูกค้าเสมอ เงื่อนไขทุกอย่างที่เกี่ยวข้องการโอน การส่งสินค้าต้อง สอบถามให้เข้าใจ ตรงกัน หากผู้ขายไม่เปิดเผยข้อมูล ที่ตรวจสอบได้ ก็ไม่ควรซื้อโดยเด็ดขาด

4) ผู้บริโภคต้องสร้างความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อในการค้าขาย การโฆษณาออนไลน์ที่อาจทำให้เรา คล้อยตามได้ง่ายจากข้อความหรือ ภาพถ่ายที่อาจเกินจริง หากเราสนใจสินค้าใด ควรเข้าไปตรวจสอบมาตรฐานสินค้า จากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อประกอบข้อมูล เช่น เราต้องการซื้อครีมหน้าขาว ก็ควรเข้าเว็บไซต์ของ อย. เพื่อหาความรู้ เพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อ

5. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

ผลจากการได้รับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามแผนการประเมินการเปิดรับและ ความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความ สามารถในการ รู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สร้างสรรค์การรู้จักใช้สื่ออย่างมีประโยชน์และปลอดภัย ด้วยการมี ปฏิบัติตอบกลับสื่อออนไลน์ หรือ การสะท้อนการกระทำของสื่อที่มีต่อสังคม

5.1 ข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคควรรับรู้ และ บริหารจัดการเมื่อถูกหลอกลวงจากการซื้อสินค้าออนไลน์ หรือ ผู้ขายมีพฤติกรรมขายสินค้าที่เรียกว่า “ฉ้อโกง”

ผู้บริโภคหลายรายไม่ค่อยรับทราบเท่าไรนักเมื่อถูก “ฉ้อโกง” หรือโอนเงินแล้วไม่ได้รับสินค้า และ ไม่ทราบว่าสามารถฟ้องเอาผิดผู้ขายได้โดย

- เมื่อเรารู้ตัวว่าถูกฉ้อโกงควรบันทึกรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวข้องกับการซื้อขายไว้เป็นหลักฐาน เป็นหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายโดยให้เราเก็บเท่าที่มี เช่น สลิปการโอนเงิน รูปภาพหลักฐานการพูดคุยการซื้อขายบนอินเทอร์เน็ต รูปภาพการประกาศขายของบนหน้าเพจของผู้ขาย เป็นต้น
- จากนั้นเตรียมหลักฐานสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมิฉฉาชีพ เช่น เลขที่บัญชีธนาคาร เบอร์โทรศัพท์ อีเมล หมายเลขพัสดุ บัตรประชาชน หลักฐานๆ อื่นที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายครั้งนี้
- เมื่อรวบรวมเอกสารได้แล้วนำไปแจ้งความกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ณ สน.พื้นที่ที่เราไปโอนเงินเพื่อให้ตำรวจดำเนินคดีกับผู้ฉ้อโกง
- นำใบแจ้งความไปเป็นหลักฐานในการขอข้อมูลหมายเลข IP ของผู้ฉ้อโกง เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการติดตามมิฉฉาชีพมาดำเนินคดี และ
- นำเอกสารส่งมอบให้เจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อดำเนินการติดตามตัวกลับมาดำเนินคดี โดยระยะเวลาของคดีจะประมาณ 3 เดือน นับตั้งแต่วันที่เรารู้ว่าโดนฉ้อโกง หรือจะเข้าแจ้งความที่กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) ที่ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ถนนแจ้งวัฒนะ ก็ได้ ซึ่งจะมีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีในการติดตามหาตัวคนร้ายได้รวดเร็ว

5.2 ประมวลกฎหมายอาญา (ปอ.) มาตรา 341 หรือ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าออนไลน์ บัญญัติไว้ดังนี้

“ผู้ใดโดยทุจริต หลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความ อันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้งและโดยการหลอกลวงดังว่านั้นได้ไปซึ่งทรัพย์สินจากผู้ถูกหลอกลวง หรือบุคคลที่สามหรือ ...ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 6,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ” หรือเข้าใจง่ายๆ คือ การที่ประกาศขายสินค้าตามสื่อออนไลน์ต่างๆ ให้คนได้เห็นกันทั่วไป แล้วเมื่อได้รับเงินค่าสินค้า ก็เงียบหายไปเลยนั้น แสดงได้ว่ามีเจตนาจะใช้กลอุบายหลอกลวง เพื่อให้ได้เงินผู้อื่นมานั้น ถือได้ว่าเข้าข่ายความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 343

5.2.1 ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341 ทุจริตหลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริง

กรณีหลอกโอนเงินไปแล้วแต่ผู้ขายไม่ส่งสินค้ามาให้แบบนี้ถือว่ามีความผิดตามข้อหา"ฉ้อโกง" ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341 ทุจริตหลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้งให้ทราบ มีโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มีอายุความ 3 เดือน นับตั้งแต่วันที่รู้เรื่องความผิดและรู้ตัวผู้กระทำความผิด ดังนั้นหากเรารู้ตัวว่าถูกโกงให้รีบแจ้งความภายใน 3 เดือน)

5.2.2 พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 14

นำเข้าซึ่งข้อมูลอันเป็นเท็จ หลอกลวง ทำให้ผู้อื่นได้รับความเสียหาย มีโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท (มีอายุความ 10 ปี)

5.2.3 พบปัญหาถูกโกงในลักษณะนี้ ลองทำตามขั้นตอนที่เราแนะนำ หรือหากมีข้อสงสัย สามารถติดต่อไปยังกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) เว็บไซต์ tcsd.go.th หรือโทร. 02-143-8447, 02-143-8763

6. ผลการประเมิน

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถ
ในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ครั้งที่ 3



6.การประเมินผลครั้งที่ 3

โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การประเมินผลการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน และ ประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ ตลอดจน ความรู้ ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยของประชาชนตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์โดยดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจ ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครั้งที่ 3 จำนวน 418 ตัวอย่าง มีผลการประเมินครั้งที่ 1 ดังนี้

1. จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่การสำรวจในการดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ



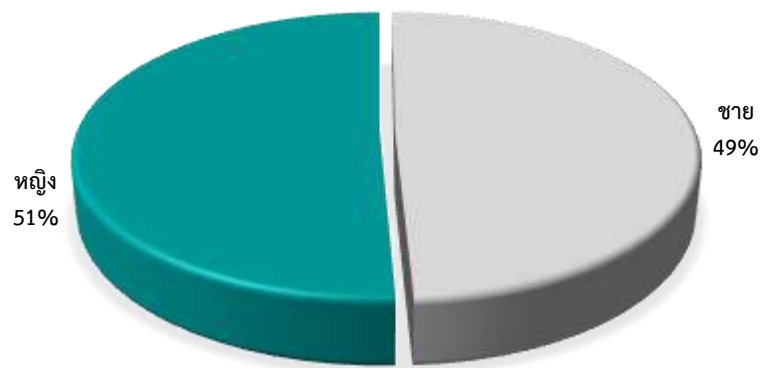
การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณครั้งที่ 3 โดยการลงพื้นที่สำรวจจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และ กรุงเทพมหานคร - ปริมณฑล รวม 418 ตัวอย่างโดยเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุดร้อยละ 32.5 (จำนวน 136 คน) รองลงมา เป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคกลางร้อยละ 19.6 (จำนวน 82 คน) กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือร้อยละ 18.20 (จำนวน 76 คน) กลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้ร้อยละ 14.4 (จำนวน 60 คน) และ กรุงเทพมหานครร้อยละ 8.9 (จำนวน 37 คน) ปริมณฑลร้อยละ 6.5 (จำนวน 25 คน) ตามลำดับดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่เก็บข้อมูลการดำเนินการศึกษาวิจัยสำรวจ

พื้นที่เก็บข้อมูล	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	37	8.9
ปริมณฑล	27	6.5
ภาคกลาง	82	19.6
ภาคเหนือ	76	18.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	136	32.5
ภาคใต้	60	14.4
รวม	418	100.0

2. ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

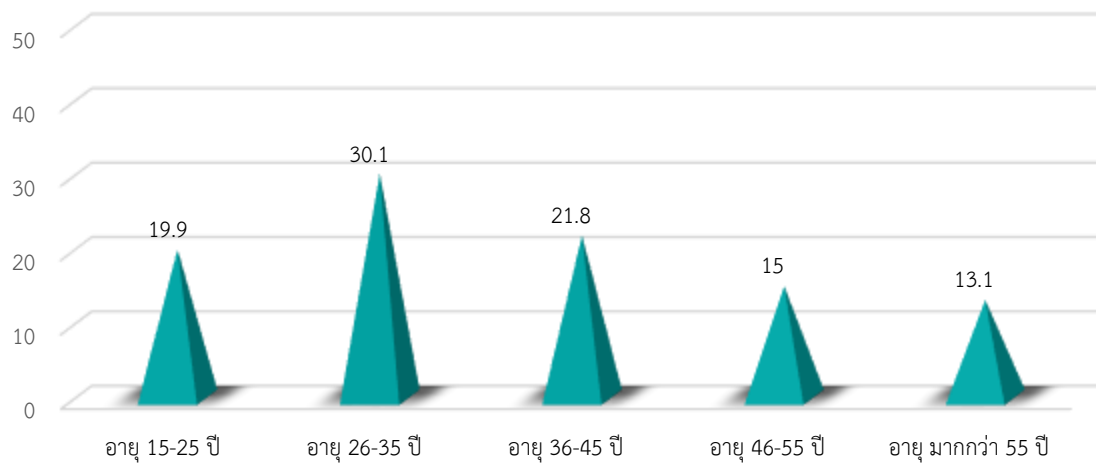


จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 418 ตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 52.2 (จำนวน 218 คน) ใกล้เคียงกับเพศชายร้อยละ 47.8 (จำนวน 200 คน) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของเพศและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ชาย	200	47.8
หญิง	218	52.2
รวม	418	100.0

2.2 อายุกลุ่มตัวอย่าง

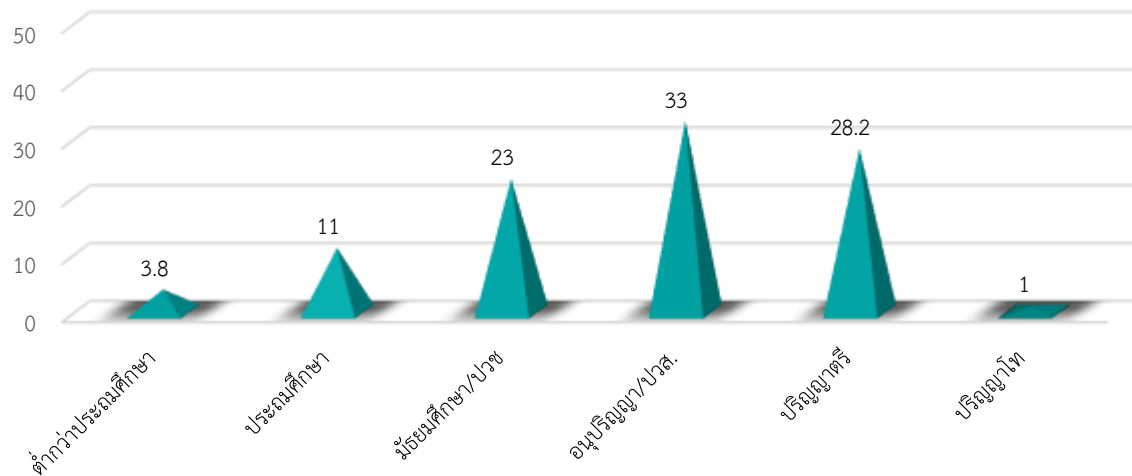


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.3 (จำนวน 139 คน) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี รองลงมาร้อยละ 22.2 (จำนวน 93 คน) มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และ ร้อยละ 18.4 (จำนวน 77 คน) มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละของอายุและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
อายุ 15-25 ปี	77	18.4
อายุ 26-35 ปี	139	33.3
อายุ 36-45 ปี	93	22.2
อายุ 46-55 ปี	63	15.1
อายุมากกว่า 55 ปี	46	11.0
รวม	418	100.0

2.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

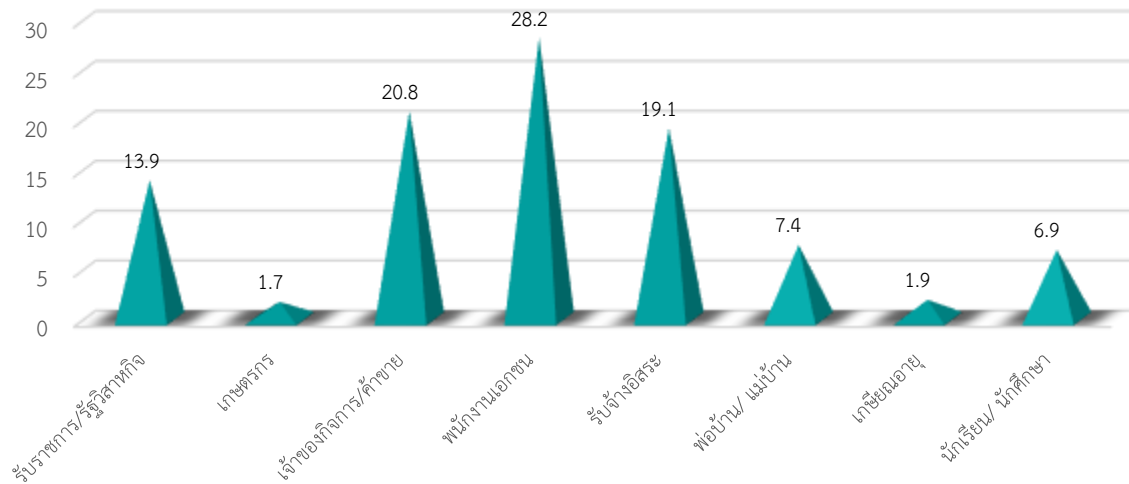


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.0 (จำนวน 138 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. รองลงมา ร้อยละ 28.2 (จำนวน 118 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ร้อยละ 23.0 (จำนวน 96 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุดและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	16	3.8
ประถมศึกษา	46	11.0
มัธยมศึกษา/ปวช.	96	23.0
อนุปริญญา/ปวส.	138	33.0
ปริญญาตรี	118	28.2
ปริญญาโท	4	1.0
รวม	418	100.0

2.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

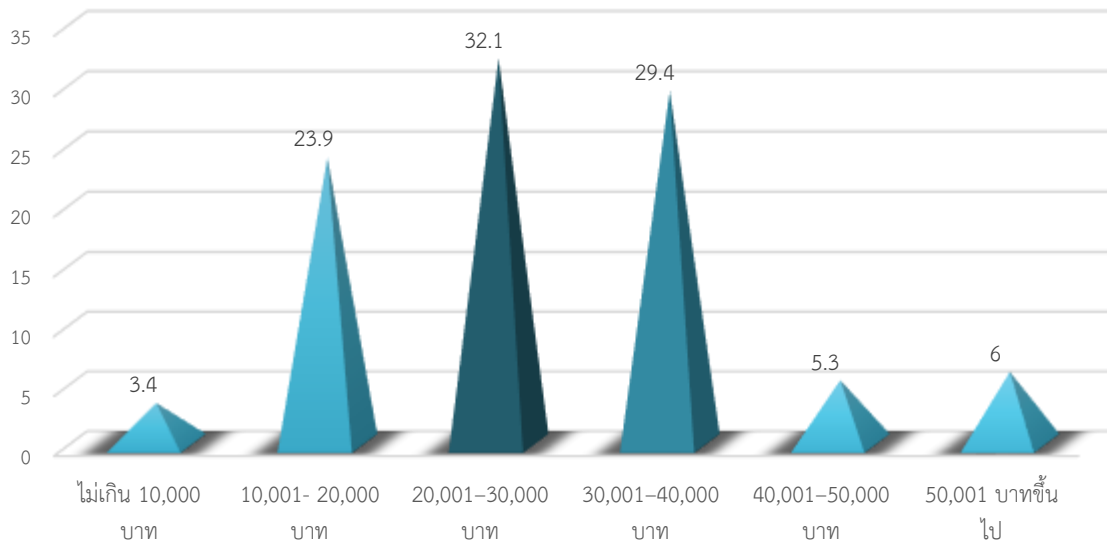


ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 28.2 (จำนวน 118 คน) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมาร้อยละ 20.8 (จำนวน 87 คน) เป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ร้อยละ 19.1 (จำนวน 80 คน) เป็นผู้รับจ้างอิสระ และ ร้อยละ 13.9 (จำนวน 58 คน) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละของอาชีพและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	58	13.9
เกษตรกร	7	1.7
เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	87	20.8
พนักงานเอกชน	118	28.2
รับจ้างอิสระ	80	19.1
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	31	7.4
เกษียณอายุ	8	1.9
นักเรียน/ นักศึกษา	29	6.9
รวม	418	100.0

2.5 รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน



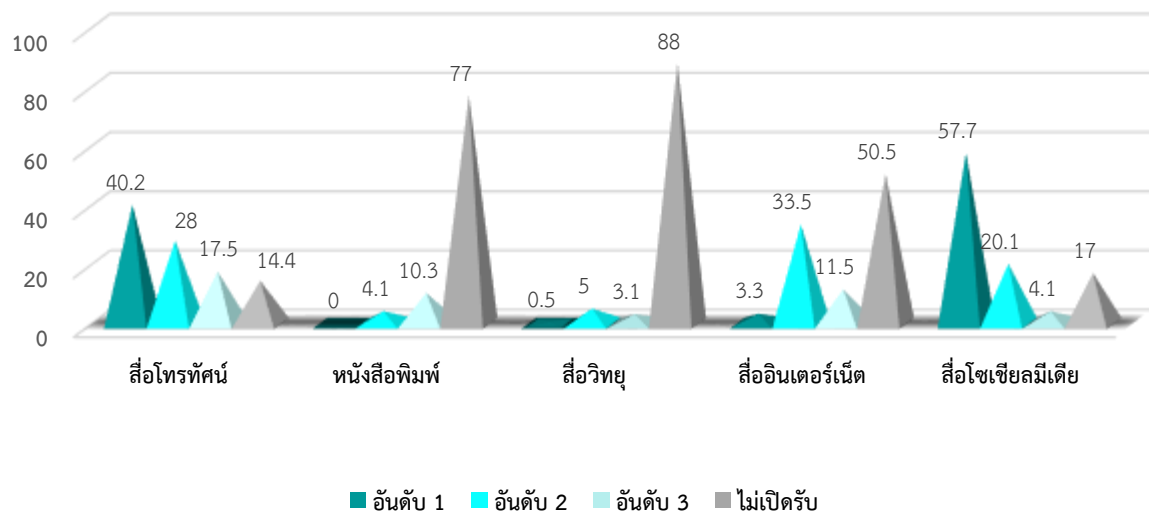
กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32.1 (จำนวน 134 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 29.4 (จำนวน 123 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 30,001-40,000 บาท และ ร้อยละ 23.9 (จำนวน 100 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 10,001- 20,000 บาท ตามลำดับดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละของรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	14	3.4
10,001- 20,000 บาท	100	23.9
20,001-30,000 บาท	134	32.1
30,001-40,000 บาท	123	29.4
40,001-50,000 บาท	22	5.3
50,001 บาทขึ้นไป	25	6.0
รวม	418	100.0

3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

3.1 การเปิดรับข่าวสาร สาระ ความบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อประเภทต่างๆ ต่อสัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่าง



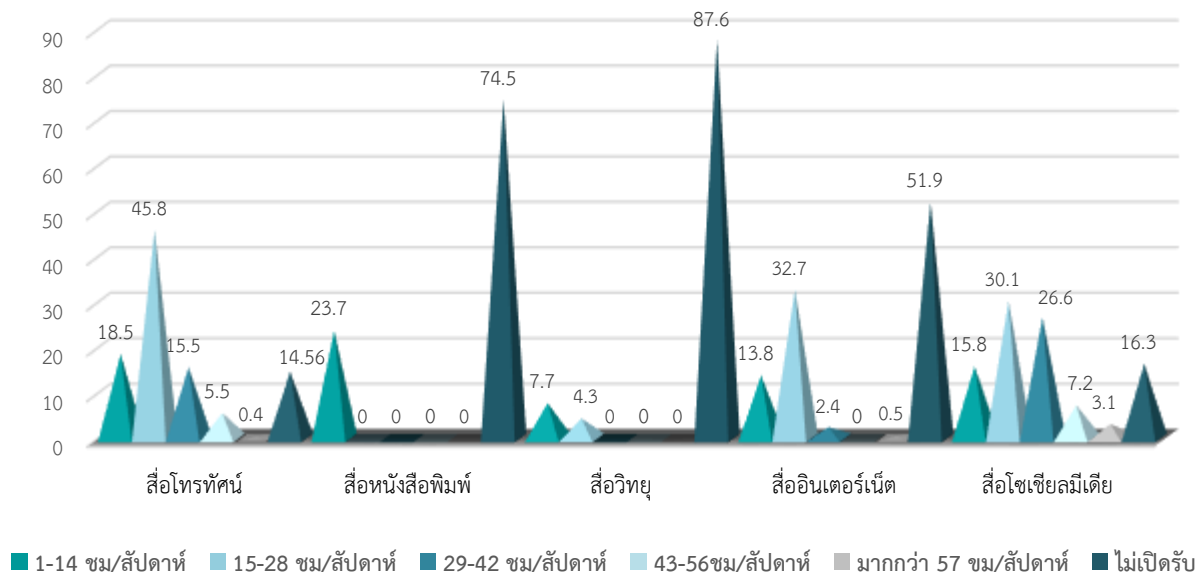
ผลการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอันดับ 1 มากที่สุดร้อยละ 57.7 (จำนวน 241 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 40.2 (จำนวน 168 คน) ตามลำดับ และ อันดับ 2 เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุดร้อยละ 33.5 (จำนวน 140 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 28.0 (จำนวน 117 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงร้อยละของการเลือกเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทสื่อที่เปิดรับ ข่าวสาร สาระ ความบันเทิง	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		ไม่เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโทรทัศน์	168	40.2	117	28.0	73	17.5	60	14.4
หนังสือพิมพ์	0	0	17	4.1	43	10.3	322	77.0
สื่อวิทยุ	2	.5	21	5.0	13	3.1	368	88.0
สื่ออินเทอร์เน็ต	14	3.3	140	33.5	48	11.5	211	50.5
สื่อโซเชียลมีเดีย	241	57.7	84	20.1	17	4.1	71	17.0

หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างเลือกรับสื่อมากกว่า 1 ประเภท

3.2 จำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อ



ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อทั้งด้านข่าวสาร สารระ ความบันเทิงจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 45.8 (จำนวน 191 คน) รองลงมาใช้เวลาในการเปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์ จากสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 32.7 (จำนวน 137 คน) และ เปิดรับสื่อจำนวน 15-28 ชม/สัปดาห์จากสื่อโซเชียลมีเดีย ร้อยละ 30.1 (จำนวน 126 คน)

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการรับสื่อโซเชียลมีเดียถึงจำนวน 29-42 ชม/สัปดาห์ ร้อยละ 26.6 (จำนวน 111 คน) โดยในการเปิดรับสื่อนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เปิดรับสื่อวิทยุสูงถึงร้อยละ 87.6 (จำนวน 361 คน) ดังตารางที่ 10

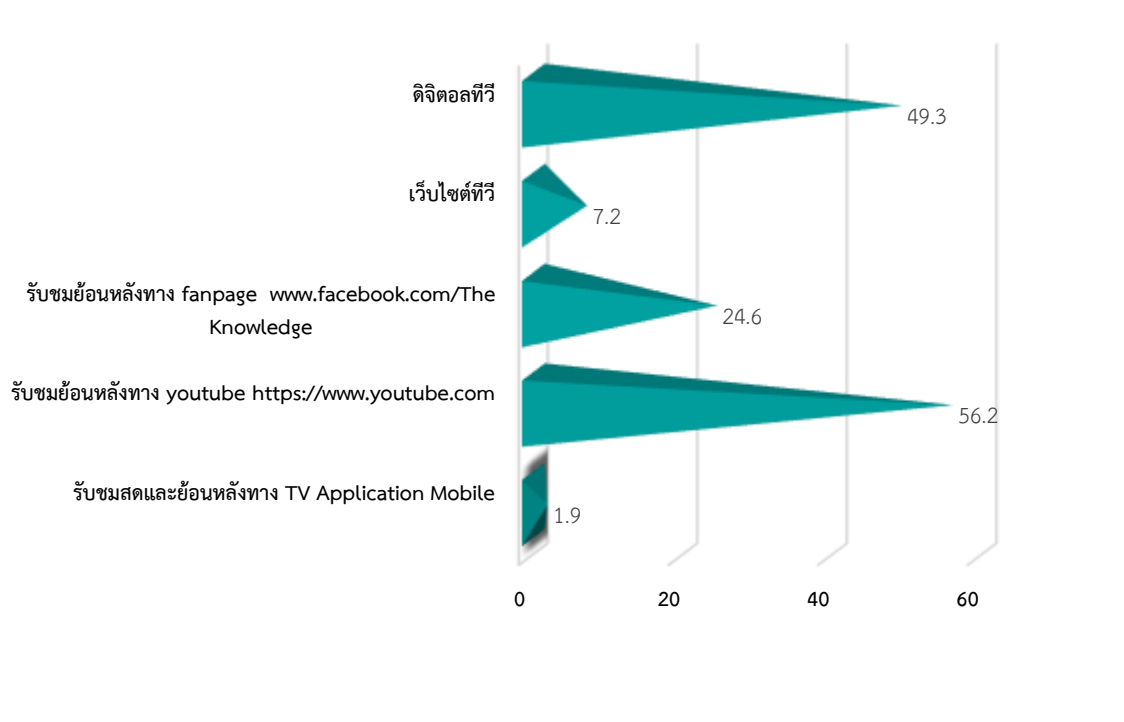
ตารางที่ 10 แสดงร้อยละของจำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนชั่วโมง การเปิดรับสื่อ	สื่อโทรทัศน์		สื่อหนังสือพิมพ์		สื่อวิทยุ		สื่ออินเทอร์เน็ต		สื่อโซเชียลมีเดีย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-14 ชม/สัปดาห์	77	18.5	99	23.7	32	7.7	58	13.8	66	15.8
15-28 ชม/สัปดาห์	191	45.8	-	-	18	4.3	137	32.7	126	30.1
29-42 ชม/สัปดาห์	65	15.5	-	-			10	2.4	111	26.6
43-56 ชม/สัปดาห์	23	5.5	-	-					30	7.2
มากกว่า 57 ชม/ สัปดาห์	2	0.4	-	-			2	0.5	13	3.1
ไม่เปิดรับ	60	14.56	307	74.5	361	87.6	214	51.9	67	16.3
รวม	418	100.0	418	100.0	418	100.0	418	100.0	418	100.0

4. การรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กทปส. เป็นรายการเกี่ยวกับเรื่องของการรู้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ในการสนับสนุนให้ผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อและสามารถตีความข่าวได้อย่างมีสติ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้รับสารมีข้อมูลและความรู้ที่จะนำมาประกอบในการตัดสินใจและใช้วิจารณญาณในการเปิดรับข้อมูล โดยออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 22.00 – 22.30 น. ทางช่อง 3 SD ช่อง 28 ซึ่งในแต่ละสัปดาห์จะมีทั้งผู้เชี่ยวชาญรวมถึงคนในแวดวงสื่อทั้งคนโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ คนวงการบันเทิงมาให้ความรู้และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นนั้น ๆ และมีตัวแทนผู้รับสารมาร่วมแสดงความคิดเห็น

4.1 ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ



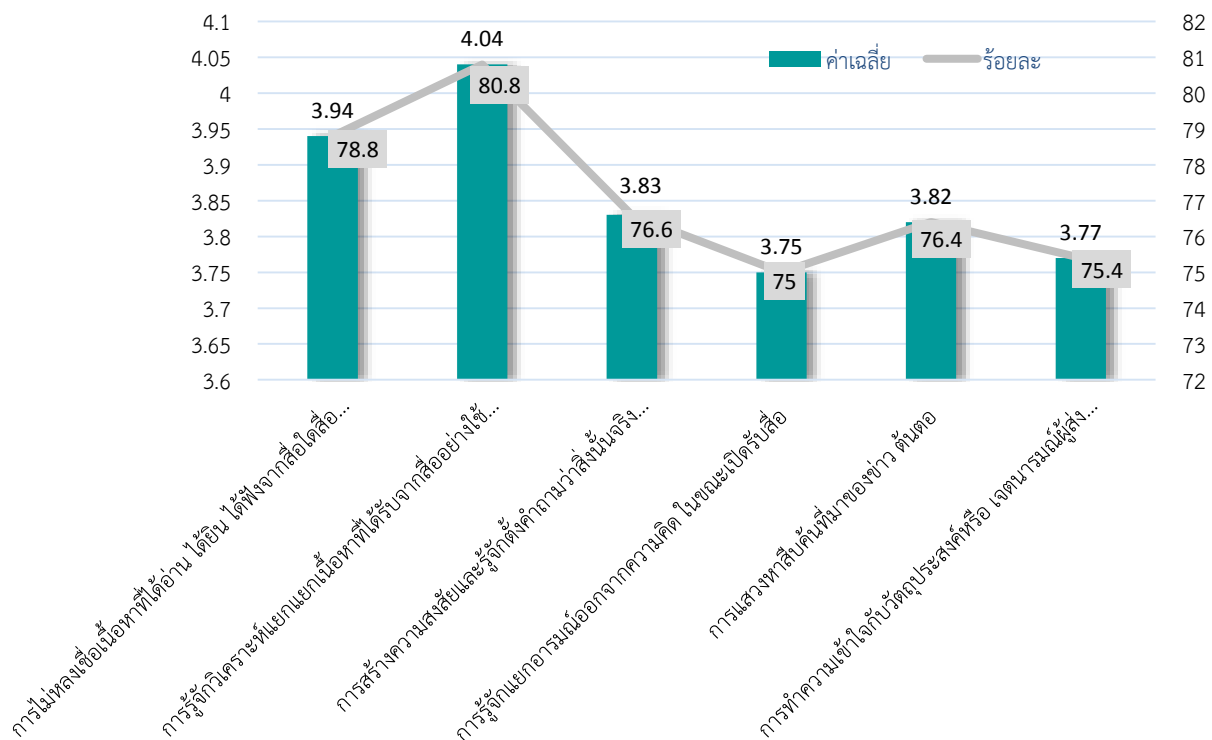
ผลการสำรวจการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมส่วนใหญ่ร้อยละ 56.2 (จำนวน 235 คน) รับชมผ่านช่องทางย้อนหลังทาง YouTube <https://www.youtube.com> รองลงมา รับชมผ่านช่องทางดิจิทัลทีวี ร้อยละ 49.3 (จำนวน 206 คน) และยังรับชมย้อนหลังทาง Facebook fan page [www.facebook.com/The Knowledge](https://www.facebook.com/TheKnowledge) ร้อยละ 24.6 (จำนวน 103 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละของช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ไม่รับชม		รับชม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดิจิทัลทีวี	212	50.7	206	49.3
เว็บไซต์ทีวี	388	92.8	30	7.2
รับชมย้อนหลังทาง fanpage www.facebook.com/The Knowledge	315	75.4	103	24.6
รับชมย้อนหลังทาง youtube https://www.youtube.com	183	43.8	235	56.2
รับชมสดและย้อนหลังทาง TV Application Mobile	410	98.1	8	1.9

หมายเหตุ กลุ่มผู้รับชมเลือกตอบมากกว่า 1 ช่องทาง

4.2 ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



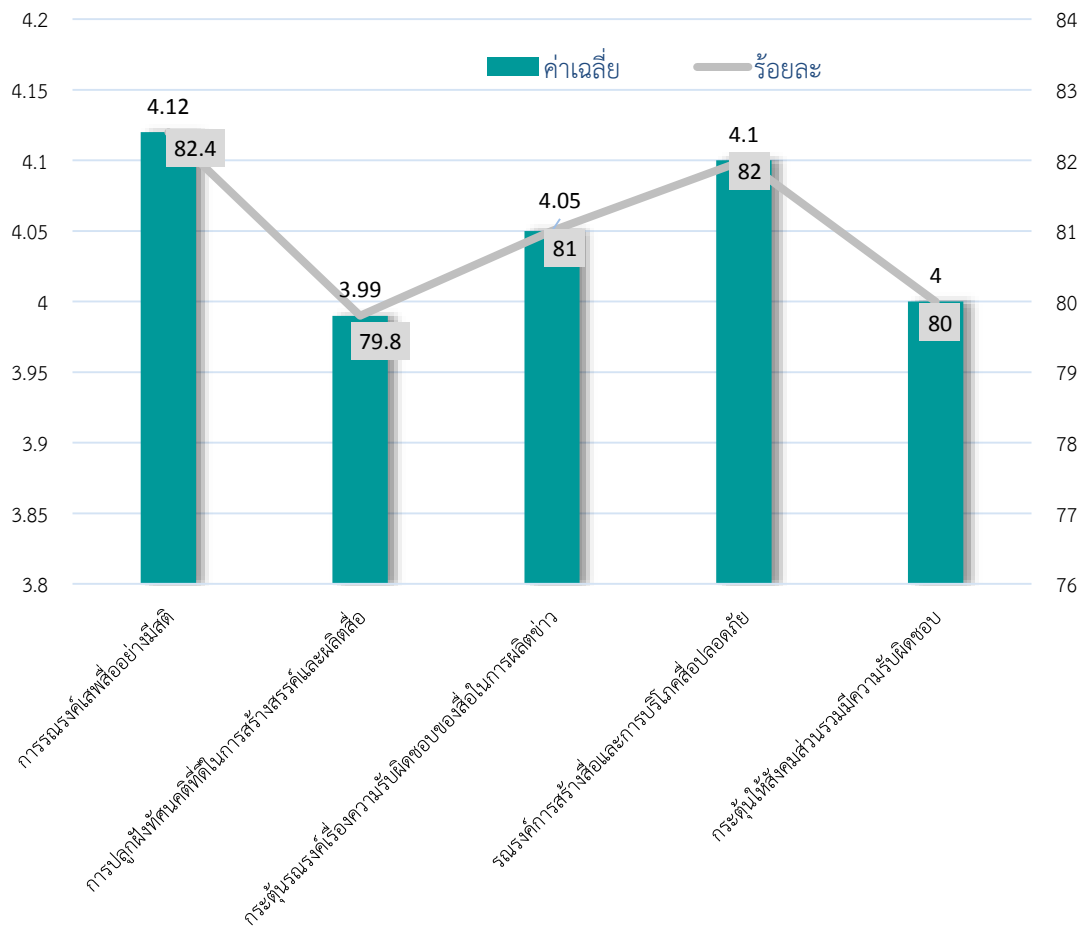
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีรูปแบบวิธีการนำเสนอให้สาระความรู้ด้านองค์ความรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้รับชมรายการ ทั้งนี้ ผลการประเมินผลรายการพบว่า รายการสร้างความรู้ความเข้าใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 77.2

ทั้งนี้ ความรู้ความเข้าใจจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** มีหลากหลายด้านโดยความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการด้านการรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.04 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 80.8 รองลงมา รายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ได้สร้างความรู้ความเข้าใจด้านการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 78.8 และได้สร้างความรู้ความเข้าใจว่า การสร้างความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 76.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ	ค่าสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ
การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว	2.00	5.00	3.94	78.8	มาก
การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ	2.00	5.00	4.04	80.8	มาก
การสร้าง ความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง	2.00	5.00	3.83	76.6	มาก
การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิดในขณะที่เปิดรับสื่อ	2.00	5.00	3.75	75.0	มาก
การแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว ต้นตอ	2.00	5.00	3.82	76.4	มาก
การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์หรือเจตนารมณ์ผู้ส่งข่าวหรือผู้เสนอข่าว	2.00	5.00	3.77	75.4	มาก
ค่าเฉลี่ย			3.86	77.2	มาก

5. มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน



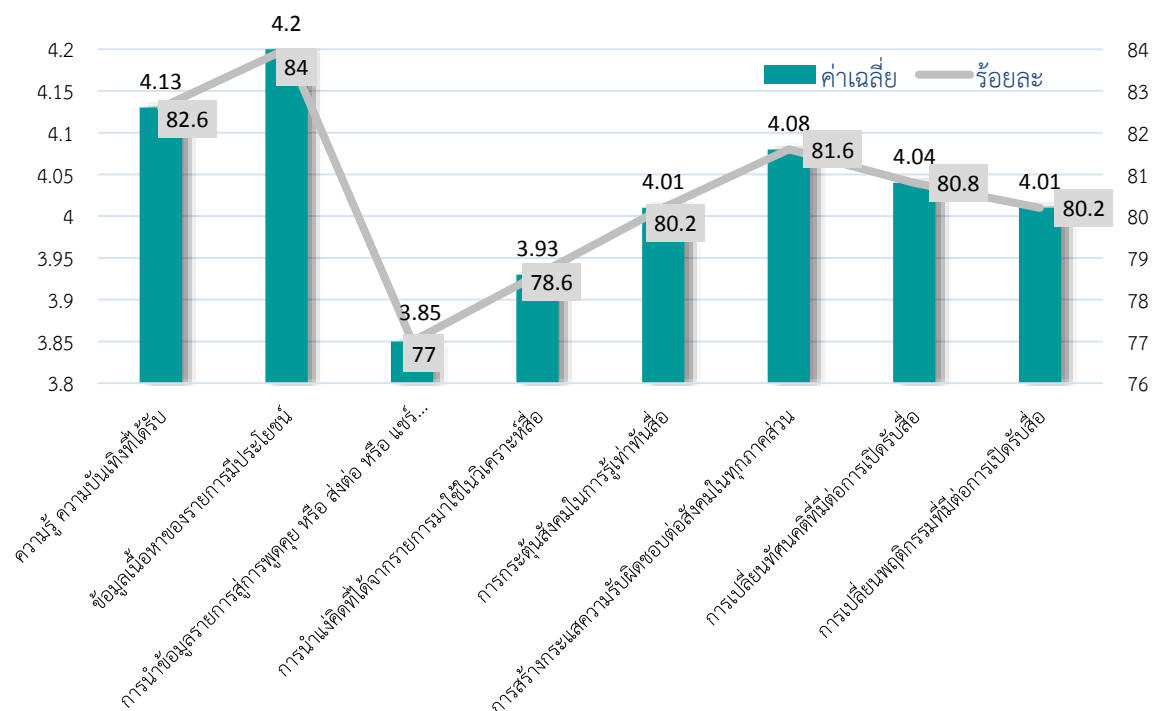
ด้านมุมมองของผู้รับชมรายการในการให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันนั้นผลการประเมินพบว่า กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.09 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.8

ทั้งนี้ ประเด็นที่กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันมากที่สุดคือ การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.20 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.0 รองลงมา กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน การรณรงค์เสื่ออย่างมีสติ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.12 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.4 และ กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.10 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงค่าความถี่และร้อยละของมุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ
การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ	3.00	5.00	4.12	82.4	มาก
การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ	2.00	43.00	4.20	84.0	มาก
กระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าว	2.00	5.00	3.99	79.8	มาก
รณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย	3.00	5.00	4.02	80.4	มาก
กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบ	2.00	5.00	4.10	82.0	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.09	81.8	มาก

6. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



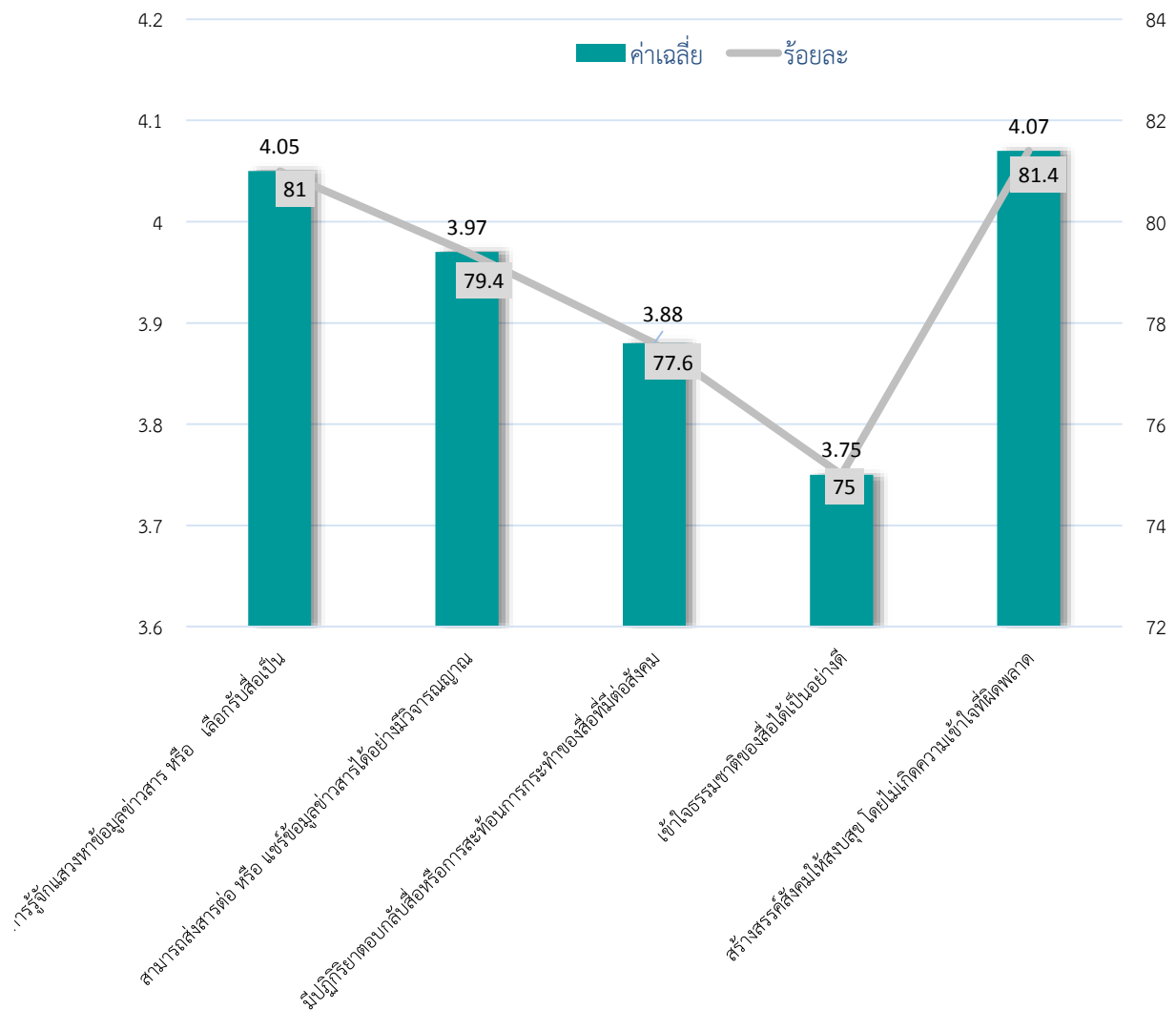
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในภาพรวมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.03 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 80.6

ทั้งนี้ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมมากที่สุดในด้านการสร้างสรรค์ข้อมูลเนื้อหาของรายการที่มีประโยชน์ ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.20 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.0 รองลงมาผู้รับชมพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.13 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.6 และ พึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกภาคส่วนในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.08 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ความพึงพอใจต่อ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ค่าต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ร้อยละ	แปล ความ
ความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับ	2.00	5.00	4.13	82.6	มาก
ข้อมูลเนื้อหาของรายการมีประโยชน์	2.00	5.00	4.20	84	มาก
การนำข้อมูลรายการสู่การพูดคุย หรือ ส่งต่อ หรือ แชร์ต่อ	2.00	5.00	3.85	77	มาก
การนำแง่คิดที่ได้จากรายการมาใช้ใน วิเคราะห์สื่อ	2.00	5.00	3.93	78.6	มาก
การกระตุ้นสังคมในการรู้เท่าทันสื่อ	2.00	5.00	4.01	80.2	มาก
การสร้างกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมใน ทุกภาคส่วน	2.00	5.00	4.08	81.6	มาก
การเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อ	2.00	5.00	4.04	80.8	มาก
การเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีต่อการเปิดรับสื่อ	2.00	5.00	4.01	80.2	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.03	80.6	มาก

7. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย



ผลกระทบจากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้สร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางใดทางหนึ่งแก่ผู้รับสาร โดยผลกระทบด้านหนึ่งคือ การใช้ประโยชน์ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากองค์ความรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** โดยผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย พบว่า มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.94 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 78.8

ประเด็นด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย จากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ในประเด็นต่างๆ พบว่า การสร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด เป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยที่ ผู้รับสารนำมาใช้ประโยชน์มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุด 4.07 หรือ ร้อยละ 81.4 รองลงมาพบว่ากลุ่ม ผู้รับชมได้รับรู้และตระหนักถึงองค์ความรู้ด้านรู้เท่าทันสื่อทำให้ได้ประโยชน์ระดับมาก ต่อการสร้างพฤติกรรมความรู้จัก แสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น ที่ค่าเฉลี่ย 4.05 หรือ ร้อยละ 81.0 และ ช่วยให้ประโยชน์ระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.97 หรือ ร้อยละ 79.4 ทำให้สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีวิจารณญาณ ตามลำดับ ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงค่าความถี่และร้อยละของการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ อย่างปลอดภัย

การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ
การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น	2.00	5.00	4.05	81.0	มาก
สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีวิจารณญาณ	2.00	5.00	3.97	79.4	มาก
มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อหรือการสะท้อนการกระทำของสื่อที่มีต่อสังคม	2.00	5.00	3.88	77.6	มาก
เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	3.75	75.0	มาก
สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด	2.00	5.00	4.07	81.4	มาก
ค่าเฉลี่ย			3.94	78.8	มาก

8. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างยังมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาคุณภาพรายการโดยรวม ดังนี้

8.1 รายการมีสาระดีมีประโยชน์มาก

กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 8.5 (จำนวน 35 คน) มีข้อเสนอแนะและความเห็นว่า **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีเนื้อหารายการที่ดี และมีประโยชน์มาก นอกจากนั้นร้อยละ 2.3 (จำนวน 10 คน) เห็นว่า **“รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ เป็นรายการที่ให้ความรู้โดยละเอียดสามารถเข้าใจได้ง่ายถึงผลดีและผลเสียจากสื่อรายการ the knowledge ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสื่อที่ได้รับจริงหรือไม่จริงติดตามรับชมมาตลอดได้ความรู้และคติที่ดีที่สื่อออกมาได้ดี และมีวิเคราะห์ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใกล้ตัวที่ดี น่าสนใจ มีประโยชน์”**

8.2 ช่วงเวลาออกอากาศรายการ

จากการประเมินผลถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ รายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 7.9 (จำนวน 32 คน) รายการออกอากาศดึกเกินไปแต่รายการออกอากาศดึกเกินไปอยากให้ออกอากาศเวลา 19.00 เพราะเยาวชนจะได้รับชมมากขึ้นอยากให้ออกอากาศตอน 21.00 เพื่อให้ผู้รับชมหลากหลายกลุ่มได้รับชมอย่างทั่วถึง

ตารางที่ 16 แสดงร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม

ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความเห็น	335	81.3
รายการมีสาระดีมีประโยชน์มาก	35	8.5
รายการออกอากาศดึกเกินไปแต่รายการออกอากาศดึกเกินไปอยากให้ออกอากาศเวลา 19.00 เพราะเยาวชนจะได้รับชมมากขึ้นอยากให้ออกอากาศตอน 21.00 เพื่อให้ผู้รับชมหลากหลายกลุ่มได้รับชมอย่างทั่วถึง	32	7.9
เป็นรายการที่ให้ความรู้โดยละเอียดสามารถเข้าใจได้ง่ายถึงผลดีและผลเสียจากสื่อ รายการ the knowledge ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสื่อที่ได้รับจริงหรือไม่จริงติดตามรับชมมาตลอดได้ความรู้และคติที่ดีที่สื่อออกมาได้ดี และวิเคราะห์ข่าว	10	2.3
รวม	412	100

ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ครั้งที่ 3

ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ” ซึ่งดำเนินการออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ เวลา 22.00–22.30 น.ทางช่อง 3 SD (ช่อง 28) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ และการรับประโยชน์รายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน โดยจัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อครั้งที่ 1” ผลการประเมินมีดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ครั้งที่ 1

ผู้ให้ข้อมูลหลักการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ครั้งที่ 1 คือ กลุ่มตัวแทนผู้รับชมคนทำงาน ผู้มีครอบครัว อายุระหว่าง 46-60 ปี จำนวน 10 คน

2. ความรู้ความเข้าใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ผลการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) ประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์การรู้เท่าทันสื่อ คือ กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อในเรื่อง รู้จักใช้สื่อออนไลน์ เข้าใจภัยต่อสุขภาพ จากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตอน 30 ออกอากาศ 27 พฤษภาคม 2562 หลากหลายประเด็นดังนี้

2.2 ความรู้ความเข้าใจต่อ “รู้จักใช้สื่อออนไลน์ เข้าใจภัยต่อสุขภาพ”

ปัจจุบันคนเราใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยถึง 8-10 ชั่วโมงต่อวัน และที่น่าตกใจไปกว่านั้นเราใช้เวลาว่าครึ่งหนึ่งหรือประมาณ 4-5 ชั่วโมงต่อวันไปกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook ที่กำลังได้รับความนิยมสูงสุด ที่ทำให้เราสามารถมีตัวตนอีกแห่งหนึ่งได้อย่างสะดวกสบาย และเป็นตัวเราในแบบที่เราอยากให้เป็นได้ จนทำให้หลายๆ คนนั้นรู้สึกว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างความสุขได้ง่ายมาก เพราะทั้งมีเพื่อนที่เพิ่มขึ้น คลายเหงาได้

หรืออย่าง Twitter ที่ให้เราสามารถพิมพ์ข้อความสั้นๆ ว่าทำอะไร อยู่ที่ไหน รู้สึกหรือคิดอย่างไร ทำให้เรารู้สึกว่าไม่ขาดการติดต่อจากโลกออนไลน์

ความรู้ความเข้าใจต่อ "รู้จักใช้สื่อออนไลน์ เข้าใจภัยต่อสุขภาพ" จากประเด็น สื่อออนไลน์และสมาร์ทโฟนซึ่งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ ถ้าใช้เกินความจำเป็นก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ร้ายแรง อาทิ โรคซึมเศร้าจากเฟซบุ๊ก, โรคละเมอแชท, โรควันในตาเสื่อม หากใช้ให้เป็นรู้เท่าทัน จัดสรรเวลาได้ ก็อาจเป็นตัวช่วยให้เราห่างจากโรคภัยไข้เจ็บเหล่านี้

2.2 ผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ต่อสุขภาพกาย

การนั่งนิ่งๆ ไม่เคลื่อนไหวในลักษณะ อาการที่เรียกว่า Smart Phone Zomby คือการถือมือถือระยะนานๆ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพหลายประการ เนื่องจากร่างกายไม่ถูกสร้างมาให้ถืออะไรนานๆ แบบนี้ ตลอดจนการมีเวลาออกกำลังกายนอกบ้านน้อยลง มีผลต่อสุขภาพทางกายระยะยาว

ผลกระทบต่อสายตา

สายตา ไม่ได้ถูกสร้างมาให้จ้องแสงสว่างงาน มีผลต่อจอประสาทตา เพราะต้องอาศัยการปรับแสง การท่องอยู่ในชีวิตออนไลน์นั้นทำให้เราเพลิดเพลนจนเวลาผ่านไปเร็วมาก จนหลายคนไม่มีโอกาสได้สังเกตว่าเรากระพริบตาน้อยครั้งกว่าปกติมาก สวนทางกับสิ่งที่ร่างกายต้องทำก็คือการกระพริบตาบ่อยๆ เพื่อรักษาความชุ่มชื้นของดวงตา พฤติกรรมนี้จะทำให้เกิดอาการที่แบ่งได้คร่าวๆ คือ

- ตาแห้ง เกิดจากการไม่กระพริบตาเป็นเวลานานๆ
- ตาอักเสบ
- ตาเสื่อม ซึ่งก็เหมือนกับส่วนอื่นๆ ของร่างกายที่หากเราใช้งานหนักโดยไม่บำรุงรักษา ก็

จะต้องเสื่อมลงไปเร็วกว่าปกติ

- เกิดรอยคล้ำรอบดวงตา มีรอยบวมเห็นเป็นถุงใต้ตา
- ความเมื่อยล้าของกล้ามเนื้อดวงตา ทำให้ปวดกระบอกตา และปวดศีรษะ ปวดคอ หลัง

ผิดปกติ ข้อมือ นิ้วลื้อคตามมาในที่สุด

ผลกระทบต่อร่างกายปวดศีรษะ หลัง ไหล่ แขน จนถึงข้อมือ

เกิดจากท่าทางที่ไม่ถูกต้องตามหลักสรีระศาสตร์ เช่น ควรนั่งหลังตรงและระดับสายตาอยู่สูงกว่าขอบบนของจอภาพประมาณ 4 นิ้ว เมื่อวางแขนลงบนโต๊ะให้ลองจับที่หัวไหล่ดูว่ากล้ามเนื้อตึงหรือไม่ หากตึงก็แปลว่ากล้ามเนื้อส่วนหัวไหล่ทำงานอยู่ตลอดเวลา ฉะนั้นควรปรับท่าการวางแขนใหม่ วิธีจัดทำกรวางแขนง่ายๆ คือ นั่งและปล่อยแขนลงแนบลำตัว จากนั้นยกแขนเฉพาะส่วนที่อยู่ต่ำกว่าข้อศอกขึ้นมาให้ขนานกับพื้น วิธีนี้จะทำให้กล้ามเนื้อผ่อนคลายที่สุด ในสมัยนี้บางคนนั่งผิดหลักสรีระศาสตร์มาเป็นเวลานานจนถึงขั้นต้องได้รับการผ่าตัดก็มีจำนวนไม่น้อย

ผลกระทบต่อการติดเชื้อโรคจากหน้าจอโทรศัพท์มือถือ

ซึ่งเป็นปัญหาจากความสะอาดของหน้าจอโทรศัพท์ ที่วางอยู่ทุกที่ มีเชื้อโรคมามากมายมหาศาล มีนำมาใช้สัมผัสที่หน้าเราบ่อยๆ จนเกิดการติดเชื้อจากผิวหนังสัมผัสได้

ผลกระทบจากคลื่นรังสีจากหน้าจอคอมพิวเตอร์

รังสีและคลื่นจากจอคอมพิวเตอร์แม้จะอยู่ในระดับที่ปลอดภัย แต่ถ้าใช้งานจนเกินไป อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพได้ หลายคนคงสังเกตได้ด้วยตัวเองจากผลกระทบเฉพาะหน้า คือหลายคนหน้าแดง คล้ำขึ้น หลังจากอยู่หน้าจอนานๆ ถึงขั้นมีการแนะนำกันว่าควรทาครีมกันแดดก่อนอยู่หน้าจอเสียด้วยซ้ำ เพื่อป้องกันแสงจากจอมีรังสีอัลตราไวโอเลตออกมากระทบผู้ใช้งานโดยตรง

นอกจากนี้ยังมีคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่แพทย์แนะนำว่าผู้ที่ติดตั้งท้องในช่วง 3 เดือนแรกควรหลีกเลี่ยงการอยู่หน้าคอมพิวเตอร์นานๆ เพราะอาจส่งผลกระทบต่อเด็กในครรภ์ให้เติบโตผิดปกติ

2.2 ผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ต่อสุขภาพจิต

ภาพที่ปรากฏในออนไลน์คนสวยคนหล่อ เปรียบเทียบกับตัวเองเราใช้ไม่ได้เลย เสียความมั่นใจ ในทางจิตเวชมีอาการทางจิต โรคซึมเศร้า วิตกกังวล โรคเกี่ยวกับการกิน ผลต่อการเรียน แ่ลง เกิดการเปรียบเทียบกับคนในโลกโซเชียล

ผลเสียต่อสุขภาพจิตที่ปรากฏให้เห็นบ่อยครั้งคือ ความวิตกกังวล ซึมเศร้า มีอาการเสพติดโซเชียลมีเดียออนไลน์ ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ อารมณ์รุนแรง หงุดหงิดง่าย ต้องก้มหน้าดูโซเชียลบ่อยๆ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ย่อมส่งผลกระทบต่อ สมาธิ ความจำ การควบคุมตนเอง และมีผลการเรียนที่แย่ง

สังคมที่เกิดผ่านหน้าจอ บางครั้งอาจเป็นผลลบต่อสุขภาพใจ เช่น ทำให้รู้สึกเศร้าโดยไม่ทราบสาเหตุ ไม่สามารถควบคุมสภาพจิตใจตนเองได้ หงุดหงิดกังวลใจกับเรื่องเล็กๆ น้อยๆ ทำงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายเสร็จไม่ทัน ความสัมพันธ์กับคนรอบข้างลดลง เปื่อหน่ายท้อแท้กับการดำเนินชีวิต รวมไปถึงพฤติกรรมช้อปจิ้ง ซึมเศร้า

แทบไม่น่าเชื่อว่าการถ่ายรูปเซลฟี่ธรรมดาๆ จะซ่อนพิษภัยต่อจิตใจหากใช้อย่างไม่มีภูมิคุ้มกันดีพอ เพราะการเซลฟี่แล้วโพสต์บนโลกออนไลน์ พร้อมกับตั้งความหวังให้คนมาดไลค์ หรือคอมเมนต์ เป็นสัญญาณหนึ่งที่บ่งถึงการขาดความมั่นใจในตัวเอง ซึ่งจะส่งผลให้สูญเสียความมั่นใจได้ในระยะยาว การเซลฟี่สามารถกัดกร่อนความมั่นใจ ความภาคภูมิใจในตัวเองได้ หากเกิดจากการกระทำที่มากเกินไปและคาดหวังจดจ่อว่า จะมีใครเข้ามาแสดงความความคิดเห็น

การเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ ยังเป็นตัวการก่อให้เกิดพฤติกรรมย้ำคิดย้ำทำ ให้เราต้องคอยซ้ำเลื่องมองหรือคอยเงี่ยหูฟังเสียงแจ้งเตือนของสมาร์ทโฟนที่วางอยู่ข้างๆ เพื่อดูว่ามีใครติดต่ออะไรบ้าง ซึ่งเป็นอาการเริ่มต้นของโรคนิโมโฟเบีย

พฤติกรรมคนยุคใหม่ไม่อาจแยกจากสมาร์ทโฟนได้ หากต้องอยู่ห่างจากเครื่องมือสื่อสารแค่เพียงชั่วครู่ชั่วยาม ก็ทำให้รู้สึกทรมาน สับสน กระวนกระวาย โกรธ โดดเดี่ยวไม่มั่นคง ไม่ปลอดภัย ตกใจ หงุดหงิด ไม่ต่างกับติดยาเสพติดเลยทีเดียว

2.3 ผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ต่อสังคม

ด้วยการเพิ่มขึ้นของเครือข่ายทางสังคม ผู้คนใช้เวลากับหน้าจอเพิ่มขึ้นอย่างมาก ลดการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งในครอบครัวและบุคคลที่แวดล้อมในสังคม แม้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์จะอนุญาตให้บุคคลอื่น

โต้ตอบกันในกลุ่มใหญ่ๆ แต่การโต้ตอบเหล่านี้จะเป็นเพียงผิวเผิน และไม่สามารถแทนที่การสื่อสารแบบตัวต่อตัวในชีวิตประจำวันได้อย่างเพียงพอ จึงอาจนำไปสู่ความเหงาและภาวะซึมเศร้า

การใช้โซเชียลมีเดียบ่อยๆ ถือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและสุขภาพจิตบางอย่าง มีความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายสังคมออนไลน์กับภาวะซึมเศร้า อาทิ ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำ ทักษะความอดทนอดกลั้นลดลง การใช้งาน Facebook ทำให้รู้สึกว่า ผู้ใช้รายอื่นมีความสุขมากขึ้น และรู้สึกว่า "ชีวิตไม่ยุติธรรม" ซึ่งจะก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้าขึ้นได้

3. ความรู้ความเข้าใจต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ผลจากการได้รับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในประเด็นเรื่อง **รู้จักใช้สื่อออนไลน์ เข้าใจภัยต่อสุขภาพ** ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจต่อการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

3.1 การรู้เท่าทันสื่อในแบบ "เท่าทันผลกระทบ จิตวิทยา การถูกครอบครอง ครอบงำ"

การรู้ทันสื่อและการรู้ทันตนเองในสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นในยุคที่บทบาทของผู้ใช้สื่อ (User Generate Content: UGC) ได้เปลี่ยนแปลงไปจาก ผู้ส่งสารและผู้รับสารกลายเป็นทั้งผู้สร้างและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน ผู้ใช้สื่อจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจต่อการใช้งานในภาพจริงอย่างมีสติไม่ว่าผู้ใช้จะอยู่ในสถานภาพใดของผู้รับสารที่กำลังรับเนื้อหาต่างๆ ทั้งข้อความ ภาพ เสียง วิดีทัศน์ต้องมีสติ ระลึกว่ากำลังรับสารจากใคร เนื้อสารมีความหมาย อย่างไร เนื้อหาและผู้ส่งสารนั้นมีความน่าเชื่อถือ หรือไม่ ผู้ส่งสารมีจุดประสงค์ใดในการสื่อสารนั้น ต้องการให้ใครได้รับสารบ้าง และมุ่งหวังสิ่งใดจากที่ ผู้ได้รับสารเหล่านั้น

ในขณะเดียวกัน ต้องรู้ทัน ตนเองว่าเราจะมีปฏิกิริยาอย่างไรต่อข้อมูลที่ได้รับ เรา รู้สึกอะไร คิดอย่างไร และจะอย่างไรกับข้อมูล เหล่านั้นอย่างมีสติเมื่อเราได้วิเคราะห์และประเมิน ข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์อย่างรอบคอบ เราจะมีคำตอบที่ดีต่อการกระทำของตนเองว่าเรา เข้าใจที่มาที่ไปของข้อมูลเหล่านั้นอย่างถูกต้องหรือไม่ เราจะแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร เรารับรู้ผลกระทบที่อาจตามมาและพร้อม ที่จะรับผิดชอบต่อผลกระทบเหล่านั้นแล้วใช่หรือไม่

โดยสรุปคือ การรู้ตัวเองจากการเสพสื่อว่า สื่อนั้นต้องการอะไรจากเราต้องรู้เท่าทันสื่อให้ได้ประโยชน์

3.2 อะไรคือการเสพติด เสพติดสื่อออนไลน์รึยัง

การรู้ตัวเองจากการเสพสื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ว่า อะไรคือการเสพติด และเราเสพติดสื่อออนไลน์หรือยัง โดยการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนดังนี้

3.2.1 ตอบสนองต่อเสียงเตือนแบบทันที

ในขณะที่ทำกิจกรรม หากมีเสียงแจ้งเตือนของแอปพลิเคชันในสื่อสังคมออนไลน์ ทั้ง Line, Instagram, Facebook การทำกิจกรรมเหล่านั้นจะหยุดชะงักลง และมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเสียงเตือนแบบทันทีทันที อาการดังกล่าว ถือว่าเป็นอาการเสพติดโทรศัพท์

3.2.2 คาดคิดไปเองว่าโทรศัพท์ดังหรือสั้น

บางทีไม่ใช่แค่เสียงเตือนเท่านั้นที่ดึงดูดความสนใจของคุณไปที่โทรศัพท์ได้ แต่อาการหูแว่วที่คาดคิดไปเองว่าโทรศัพท์ดังหรือสั้นก็เบี่ยงเบนความสนใจคุณได้เหมือนกัน ทั้งที่จริงๆ แล้วไม่ได้มีการแจ้งเตือนใดๆ เลย อาการดังกล่าว ถือว่าเป็นอาการเสพติดโทรศัพท์

3.2.3 การกลัวถูกทิ้งถูกลืม

การคอยโพสต์เรื่องราวทุกอย่างทุกอย่างในสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะใน Facebook อยู่ตลอดเวลา แต่กลับไม่มีใครมากด Like หรือคอมเมนต์ จะมีอาการกังวลกระสับกระส่ายขึ้นมาทันที อาการแบบนี้เรียกว่า อาการของโรค FOMO หรือการกลัวถูกทิ้งถูกลืมนั่นเองทำให้ไม่สนใจกับสิ่งรอบตัวและสังคมนอกบ้านเท่าใดนัก

3.2.4 ลืมสังคนรอบข้าง

เพราะมันแต่กดๆ พิมพ์ๆ แซทๆ จนไม่ทันได้ฟังว่าคนที่นั่งโต๊ะร่วมอยู่ด้วยพูดคุยหรือถามอะไร หรือบางทีก็เงยหน้ามาพยักหน้าแล้วก็กลับไปจดจ่ออยู่กับหน้าจอโทรศัพท์ อาการแบบนี้ส่งผลเสียทั้งต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิต และสังคนรอบข้าง

3.2.5 โทรศัพท์วางอยู่ไม่ห่างกาย

เวลานอน เวลากิน หรือแม้แต่เวลาเข้าห้องน้ำ ต้องมีโทรศัพท์วางอยู่ไม่ห่าง หรือถ้าลืมโทรศัพท์ก็ต้องรีบกลับมาเอาแบบไม่รีรอ อาการดังกล่าวจัดได้ว่าเป็นอาการเสพติดโทรศัพท์

3.4 อาการกระวนกระวายเมื่อแบตเตอรี่หมด

หากแบตเตอรี่โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟนที่ใช้ทั้งแท็บเล็ตทั้งโลกโซเซียลหมด แล้วผู้ใช้มีอาการกระวนกระวาย ตู้อารมณ์ หรือหาทุกวิถีทางเพื่อให้โทรศัพท์กลับมามีแบตเตอรี่อีกครั้ง เพราะอยากจะเล่นอยากจะคุยกับเพื่อนตลอดเวลา อาการดังกล่าวเข้าข่ายติดโทรศัพท์แบบงอมแงม

3.3 การควบคุมตัวเอง กับการจัดการตัวเอง

การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์นั้นผู้ชม ผู้อ่าน ผู้ฟัง กลายเป็นผู้คิดเขียนบอกเล่าแชร์ส่งต่อออกไปในคนคนเดียวกัน สู่ความเป็น "โลกของผู้ใช้สื่อ" (user generated content) ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อในยุคปัจจุบัน จึงควรพูดถึงการรู้เท่าทัน "ตัวเราเอง" เพื่อควบคุมตัวเอง กับการจัดการตัวเองให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ

1) เราารู้ดีกว่าตัวตนที่แท้จริงของเรานั้นคือใคร ระหว่างในโลกออนไลน์ ในโลกออนไลน์ ในเฟซบุ๊ก หรือตัวเราที่เป็นตัวเนื้อร่างกายที่แท้จริงหมายถึง "ตัวตน กายเนื้อ กายจิต" เราวางตำแหน่งแห่งที่มันไว้ตรงไหนอย่างไร?

2) เรามีตัวตนเดียว หรือ หลายๆ ตัวตน? โดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ในยุคนี้ บางคนรู้สึกว่าตนเองสามารถสร้างตัวตนจำลอง ราวอวตารได้หลายๆ ตัว นั่นอาจเป็นข้อดีและข้อเสีย เพราะคนในปัจจุบันจะมีอัตลักษณ์บุคคลหลากหลายมากขึ้น ซึ่งมันแย่งแย่งๆ ถ้าคุณเริ่มที่จะ "สับสน" กับการสร้างอัตลักษณ์ของคุณในเฟซบุ๊ก ถ้ามันแตกต่างกันมาก มันก็ย่อมส่งผลเชิงจิตวิทยาอัตลักษณ์ตัวตนของคุณ

3) เรามีความสับสนเรื่องอัตลักษณ์ตัวตนหรือไม่ ระหว่าง ตัวตนที่เราอยากจะเป็น...ตัวตนที่คนอื่นมองเราจริงๆ...ตัวตนที่เราอยากให้คนอื่นมอง และ ตัวตนที่เราเป็นจริงๆ

ทั้งนี้ ผู้คนปัจจุบันให้ความสำคัญว่า "การสร้างอัตลักษณ์ และการสร้างชื่อเสียงและสถานะทางสังคมในโลกออนไลน์" อย่างไรก็ตามผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์อาจทำลาย "ตัวตนและชื่อเสียง สถานะอัตลักษณ์ที่แท้จริงของความเป็นตัวเรา" เนื่องจากเราอาจจะพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้ "คนอื่นๆ ที่คุณไม่รู้จักชื่นชอบ" กลายเป็นความครอบงำจากคนอื่น ในขณะที่คนอื่นๆ เหล่านั้นก็พยายามสร้างตัวตนหลายๆ หรือ จำลองขึ้นมาเหมือนกัน

4. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ประเด็น ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ คือ ความพึงพอใจต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อให้ผู้รับชมตระหนักถึงการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว ทำให้ผู้รับชมรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมด้านความสงสัยใคร่รู้ไปสู่การตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง ตลอดจนการมีมติแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อ หรือการแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว ต้นตอ และ การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ของผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว **เข้าใจถึงการสร้างความรู้วิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อ**

4.1 วิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านพื้นที่ หมายถึงการจัดการพื้นที่ด้านสื่อ คือความตระหนักว่าพื้นที่ของสื่อออนไลน์นั้น มีพื้นที่ส่วนตัวหรือสาธารณะอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่มันคือ "พื้นที่ส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะ" พื้นที่นั้นมีคนสร้างขึ้นมาให้เราใช้เราเพียงแคร์สื่อกับตัวเองว่าเราเป็นเจ้าของเท่านั้น เราต้องการพูดเรื่องส่วนตัวให้คนทั้งโลก หรืออย่างน้อยก็เพื่อนๆ ในสังคมเขาได้ยินกัน

การสร้างการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อด้านพื้นที่ คือ เราต้องจัดการการโพสต์บนพื้นที่สาธารณะ ต้องตระหนักถึงผู้คน

4.2 วิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านเวลา หมายถึงการจัดการเวลา การที่เราใช้เวลาอย่างน้อยเพียงใด มนุษย์ในยุคสังคมสารสนเทศใช้เวลาไปกับสื่อมากขึ้นทั้งในพฤติกรรมการใช้สื่อหลากหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน และทำกิจกรรมหลายอย่างพร้อมๆ กัน ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จึงหมายความว่า "เรารู้ว่าใช้เวลาไปกับมันมากเกินไป หรือ ควรรู้ว่า เวลาใดควรใช้หรือควรใส่ใจกับกิจกรรมอื่นๆ บ้าง"

ผู้คนในโลกสื่อใหม่หลายล้านคนเป็นโรคเสพติดอินเทอร์เน็ต ติดเกมส์ ติดแชท และติดเครือข่ายสังคมพวกเขา **"ใช้เวลามากเกินไป"** และ **"ใช้มันอย่างฟุ้งเฟ้อ"** จนลดทอนความสำคัญของกิจกรรมอื่นๆ ในชีวิตไปมาก

สื่อสังคมออนไลน์ยังได้เข้ามากำหนดความเร็ว และการแข่งขันให้ผู้คน "กับดักของความเร็ว/ช้า" เช่น รีบกดแชร์ กดไลค์หรือปล่อยข่าวลือไปเร็ว เพราะต้องการแข่งกับสื่ออื่นๆ หรือ เพราะเราอยากจะเป็นส่วนหนึ่งของการส่งต่อข่าวที่เราเชื่อมั่นจริง เราจึงควรรู้เท่าทันว่า เส้นแบ่งเวลา และกับดักความเร็ว นั้น เหล่านี้มากำหนดปัจจัยสำคัญของความถูกต้องของข่าวสาร และความเร่งรีบกลัวตกข่าวของเราให้เราระวนระวายใจ เหมือนที่เขาเรียกว่าเป็นโรค "โรคกลัวตกข่าว"

4.3 วิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านตัวตน (self) หมายถึงการใช้ หรือ มอง หรือ สร้าง หรือ ปฏิบัติ และวางกรอบตัวตนเราอย่างไร? การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์นั้นผู้ชม ผู้อ่าน ผู้ฟัง กลายเป็นผู้คิดเขียน บอกเล่าแชร์ส่งต่อออกไปในคนคนเดียวกัน สู่ความเป็น **"โลกของผู้ใช้สื่อ"** ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อในยุคปัจจุบัน จึงควร พุดถึงการรู้เท่าทัน "ตัวเราเอง" เพื่อควบคุมตัวเอง กับการจัดการตัวเองให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ

4.4 วิธีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านความเป็นจริง หมายความว่า การรู้ รับรู้ว่า อะไร คือ ความจริง ข้อเท็จจริง หรือความเป็นจริง

ทั้งนี้ ความจริงในโลกอินเทอร์เน็ต คือ ความจริงเสมือน (virtuality) เช่น ภาพกราฟิกจำลอง คอมพิวเตอร์ หรือเกมส์โลกออนไลน์ต่างๆ ที่พาเราเข้าไปสู่จินตนาการอันเหลือเชื่อ และบางครั้งนำไปสู่โลกของความ จริงเหนือจริง (surrealism) ที่นำเราเข้าไปสู่โลกแห่งความฝัน ผจญภัย ล้วงลึกก่อความรักและอาชญากรรมกระทั่ง สร้างความฝัน ปมขัดแย้งในชีวิตสู่โลกของตัวจริงๆ

สื่อออนไลน์ได้ทำให้ความจริงมีหลายชั้น และเป็นความจริงเสมือนจริงซับซ้อน การเสพติดสื่อออนไลน์มี ความจริงอยู่หลายระดับ ผู้ใช้สื่อออนไลน์ต้องมีการจัดการด้านการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ด้านความเป็นจริงว่า อะไร คือ ความจริง ข้อเท็จจริง หรือความเป็นจริง

5. ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ในฐานะเป็นผู้ใช้สื่อสังคมข้อมูลข่าวสารจึงควร **"รู้เท่าทันอำนาจของตัวเอง"** ใน ที่นี้จึงหมายถึง การรู้ตัวเอง การรู้เท่าทันสื่อในยุคปัจจุบันในโลกออนไลน์ การรู้เท่าทันตัวเราเอง เราก็จะใช้สื่อและอยู่ ร่วมกับสื่ออย่างมีความสุข

ในยุคหนึ่ง สื่อเคยมีผลกระทบมากมายต่อชีวิต ทักษะคิด ความรู้ พฤติกรรมและจิตวิญญาณของเรา ผู้รับ สารกลายเป็นผู้ตั้งรับ รอคอยกระบวนการสร้างข่าวสารจากสื่อทางเดียว แต่ในโลกสื่อออนไลน์ผู้ใช้สื่อมีอำนาจสื่อสารกับ โลกภายนอก ผู้ใช้สื่อทุกคนหันมาพูดเรื่องตัวเองมากขึ้น ต่างคนต่างผลิตข่าวสาร ทั้งอารมณ์ แสดงความรู้สึกรัก โกรธ อวดเก่ง ขี้โอ้อวด ความรุนแรง อคติ ความเกลียดชัง ต่างถูกโยนทิ้งลงมาที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงมีทั้งพลังทั้งด้าน บวกด้านลบ มีพลังสร้างสรรค์และทำลาย

ดังนั้น ทุกคนจึงเป็นผู้ที่สามารถสร้างผลกระทบต่อสังคมได้ทั้งหมด ด้วยเนื้อหา เวลาและสถานการณ์

6. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

6.1 การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย การรู้เท่าทัน สื่อ อย่างแรกจะต้องเริ่มที่ตัวเราเสียก่อนเป็นอันดับแรก คือ ศึกษาสำรวจตัวเองดูว่าตัวเองต้องการใช้สื่อเพื่ออะไร มี วัตถุประสงค์อย่างไร แล้วจะสามารถนำประโยชน์จากสื่อประเภทต่างๆ ออกมาใช้ได้มากน้อยเพียงใด โดยการที่เราจะ ใช้สื่อแต่ละครั้งเราก็ต้องมีคุณธรรมในตัวเอง

6.2 ศึกษาสื่อทำความเข้าใจว่าสื่อคืออะไร สามารถทำอะไรได้บ้าง มีผลอย่างไร เนื่องจากสื่อนั้นมี หลายประเภท คือ มีทั้งสื่อที่ใช้ศึกษา สื่อที่ให้ความบันเทิง เป็นต้น ซึ่งเราจะต้องใช้สื่อแต่ละประเภทให้เหมาะสม และ ที่สำคัญในการจะใช้สื่อ

6.3 ต้องมีสติทุกๆ ครั้งที่เรา กำลังทำอะไร เราจะต้องใช้สื่อให้มีประโยชน์ให้สมกับที่สื่อต่างสร้างมาเพื่ออำนวยความสะดวกหรือให้ประโยชน์ ไม่ใช่ใช้สื่อเพื่อมาสร้างโทษให้กับตนเองและผู้อื่น ดังนั้นในการรู้เท่าทันสื่อ มันไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวของสื่อที่สร้างมาแต่มันขึ้นอยู่กับตัวเรามากกว่าว่าจะใช้สื่อนั้นไปในทางไหน

6.4 พี่ระลึกไว้เสมอว่า สื่อไม่เคยทำร้ายใครมีแต่มนุษย์เท่านั้นที่มีความคิดสามารถแยกแยะได้ว่าสิ่งไหนคือสิ่งดีและสิ่งไหนคือสิ่งไม่ดี แต่ไม่นำมันมาใช้ แต่กับทำร้ายตัวเองโดยการนำสื่อมาทำให้เกิดโทษแก่ตนเอง แล้วสุดท้ายก็โทษว่าสื่อนั้นผิดเป็นสิ่งที่ไม่ดี แต่ในปัจจุบันนี้ต้องยอมรับว่าสื่อเข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเราก็ควรให้สื่อเป็นแค่ส่วนหนึ่งของชีวิตไม่ใช่ทั้งหมดของชีวิต...

สรุปและข้อเสนอแนะด้านคุณภาพรายการโดยภาพรวม

ผลจากการได้รับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พบว่า ทำให้รู้จักการแยกแยะเจตนาของผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์การโพสต์ การแชร์ ไม่หลงเชื่อ เนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟัง แต่สามารถคิด วิเคราะห์ สงสัย และรู้จักตั้งคำถามว่า สิ่งนั้นจริงหรือไม่จริงเป็นการ Bullying หรือการกลั่นแกล้งกันบนโลกโซเชียลหรือไม่ ใครเป็นคนให้ข้อมูลเขาต้องการสื่ออะไร หรือมีจุดมุ่งหมายแอบแฝงหรือไม่

ในอีกประเด็นหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** เราต้องยอมรับว่า “สื่อ” ในปัจจุบันนี้ มีอิทธิพลอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ ยังมีกระแสของโลกออนไลน์ที่นับวันนั้นจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น การที่สื่ออาจมีผลกระทบกับผู้ใช้สื่อ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน ดังนั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือการต้องรู้เท่าทันและรู้เลือกใช้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มีอยู่อย่างมากมายมหาศาล

หากมองย้อนกลับไปในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเมื่อพูดถึงคำว่า “เครือข่ายสังคมที่เต็มไปด้วยกลุ่มวัยรุ่นที่ทำการติดต่อสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลด้านความบันเทิง หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เน้นไปที่การกระจายตัว “ความเป็นเมือง” ไปยังพื้นที่ต่างๆ อย่างทั่วถึง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งด้านการคมนาคมขนส่ง การค้าและบริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการสื่อสารที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เราสามารถเข้าถึงบริการด้านข้อมูลข่าวสาร และการติดต่อสื่อสารในยุคการเชื่อมต่อไร้สายผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือโลกไร้พรมแดนได้มากขึ้นจนได้ถูกเรียกว่าเป็นยุคของดิจิทัล

สื่อก็เปรียบเสมือนดาบสองคม การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์จึงเป็นเรื่องที่สำคัญซึ่งอาจจะส่งผลกระทบได้ในเรื่องที่เราไม่คาดคิด ดังนั้น จึงควรมีสติคิดไตร่ตรองทุกครั้งก่อนที่จะเสพสื่อและเรียนรู้การใช้สื่ออย่างปลอดภัย การที่เราสามารถปกป้องตัวเองจากสื่อที่เป็นเท็จและภัยของสื่อออนไลน์นั้น มีเคล็ดลับง่ายๆ แค่นี้ทุกวันนี้นี้มีข้อมูลมากมายที่ “เป็นเท็จ” อยู่ในโลกออนไลน์ และเมื่อข้อมูลเหล่านั้นถูกปล่อยออกมาในรูปแบบของสื่อต่างๆ มันก็จะส่งผลกระทบต่อเนื้อหากับผู้คนที่ได้อ่านและแชร์ข้อมูลต่อกันไปเรื่อยๆ ดังนั้น เราควรเชื่อว่าแหล่งเป็นแหล่งข่าวที่ดีและมีความเชื่อถือมากน้อยแค่ไหน การโพสต์ภาพ ข้อความ หรือวิดีโอของเราเองลงในสื่อออนไลน์อย่าง Facebook อาจดูเป็นสิ่งที่ธรรมดา ไม่น่ามีพิษภัยอะไร แต่มันก็อาจถูกนำไปตัดต่อด้วยจุดประสงค์มุ่งร้ายและนำไปเผยแพร่เรื่อยๆ ในโลกออนไลน์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อจิตใจของเราได้

7. ผลการประเมินออนไลน์

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถ

ในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



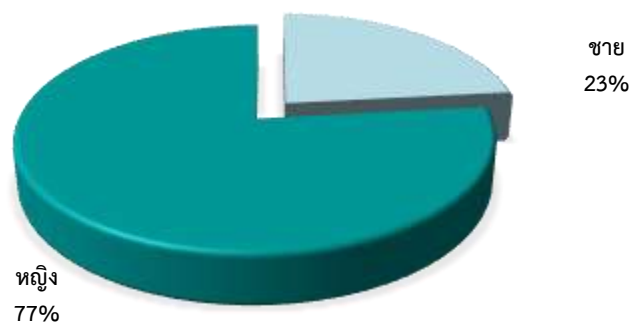
7. การประเมินผลออนไลน์

โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การประเมินผลการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน และประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ ตลอดจน ความรู้ ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยของประชาชนตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์โดยดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ โดยการประเมินผลผ่านออนไลน์ ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 494 ตัวอย่าง มีผลการประเมิน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

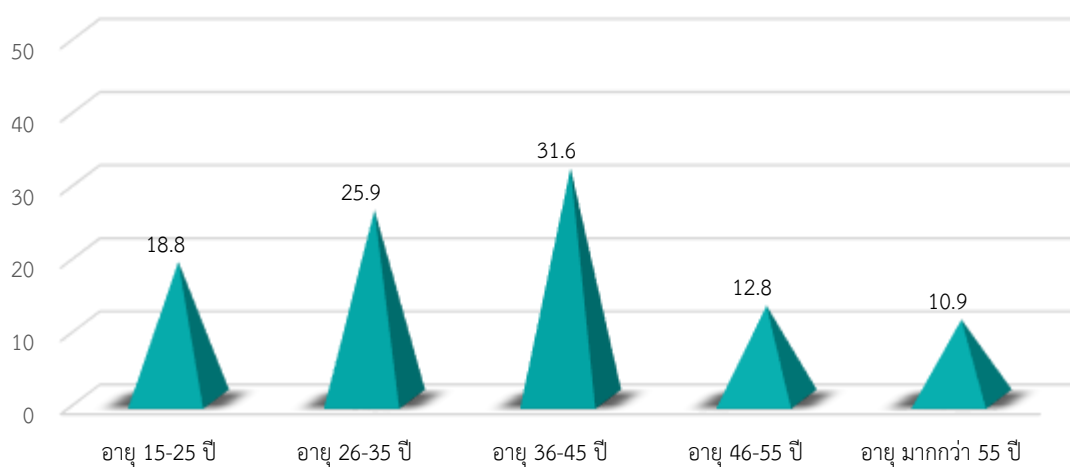


จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 412 ตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 50.7 (จำนวน 209 คน) มากกว่าเพศชายร้อยละ 23.3 (จำนวน 115 คน) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของเพศและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ชาย	115	23.3
หญิง	379	76.7
รวม	494	100.0

1.2 อายุกลุ่มตัวอย่าง

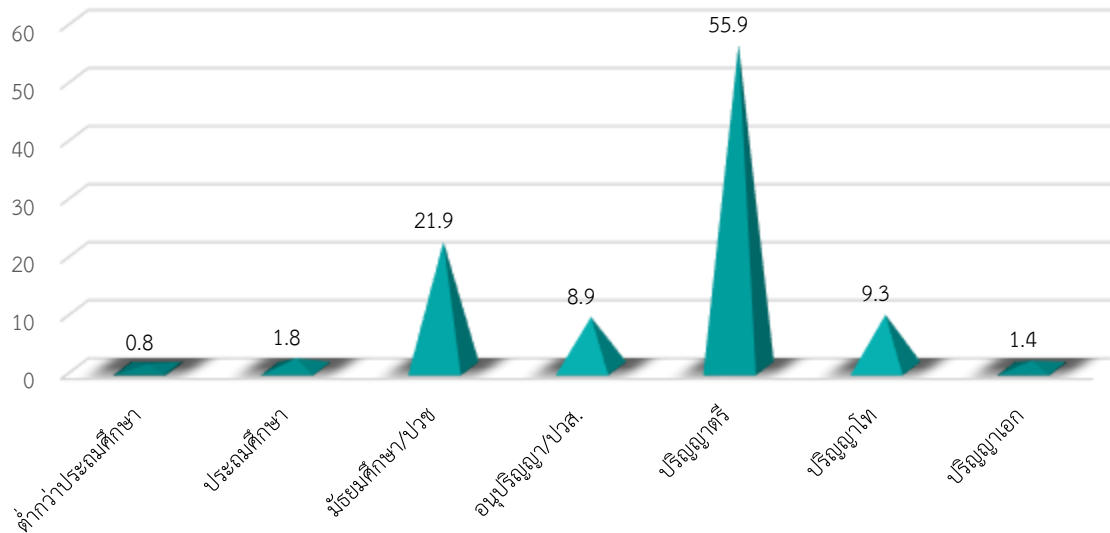


กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31.6 (จำนวน 156 คน) มีระหว่างอายุ 36-45 ปี รองลงมาร้อยละ 25.9 (จำนวน 128 คน) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี และ ร้อยละ 18.8 (จำนวน 93 คน) อายุระหว่าง 15-25 ปี ตามลำดับดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละของอายุและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
อายุ 15-25 ปี	93	18.8
อายุ 26-35 ปี	128	25.9
อายุ 36-45 ปี	156	31.6
อายุ 46-55 ปี	63	12.8
อายุมากกว่า 55 ปี	54	10.9
รวม	494	100.0

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

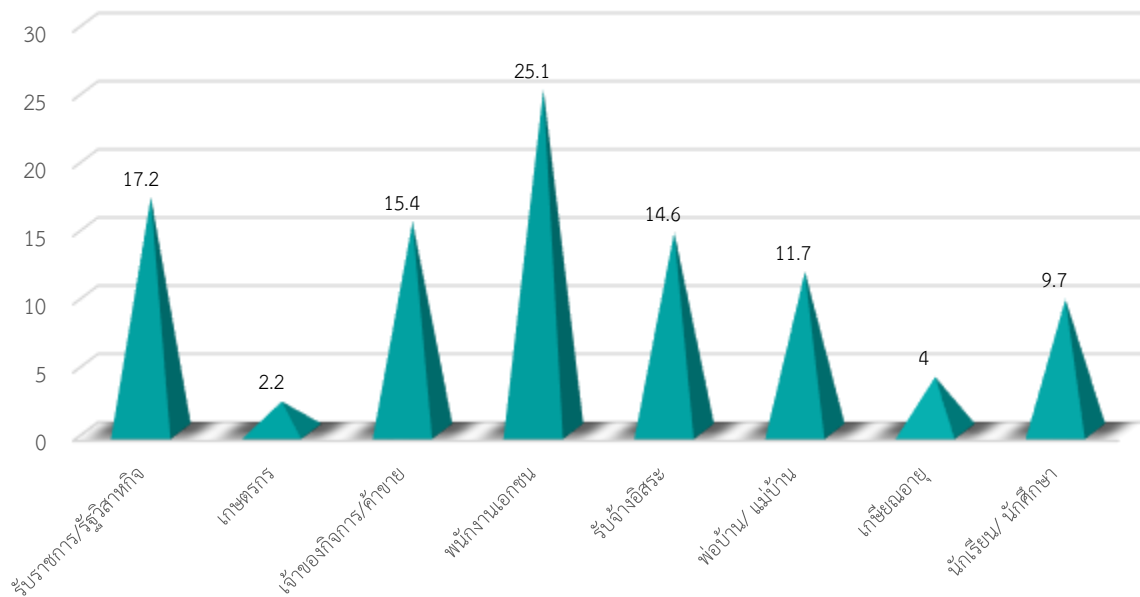


กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 55.9 (จำนวน 276 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับ**ปริญญาตรี** รองลงมาร้อยละ 21.9 (จำนวน 108 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับ**มัธยมศึกษา/ปวช** และ ร้อยละ 9.3 (จำนวน 46 คน) เป็นผู้มีการศึกษาระดับ**ปริญญาโท** ตามลำดับดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุดและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4	.8
ประถมศึกษา	9	1.8
มัธยมศึกษา/ปวช	108	21.9
อนุปริญญา/ปวส.	44	8.9
ปริญญาตรี	276	55.9
ปริญญาโท	46	9.3
ปริญญาเอก	7	1.4
รวม	494	100.00

1.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

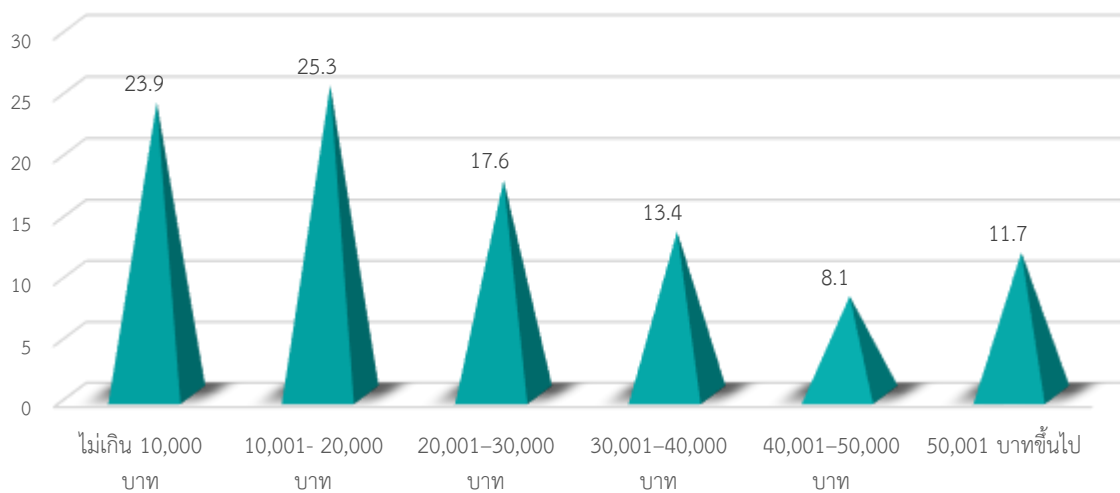


ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 25.1 (จำนวน 124 คน) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมาร้อยละ 17.2 (จำนวน 85 คน) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ ร้อยละ 15.4 (จำนวน 76 คน) เป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขายและ ร้อยละ 14.6 (จำนวน 72 คน) รับจ้างอิสระ ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละของอาชีพและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	85	17.2
เกษตรกร	11	2.2
เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	76	15.4
พนักงานเอกชน	124	25.1
รับจ้างอิสระ	72	14.6
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	58	11.7
เกษียณอายุ	20	4.0
นักเรียน/ นักศึกษา	48	9.7
รวม	494	100.0

1.5 รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน



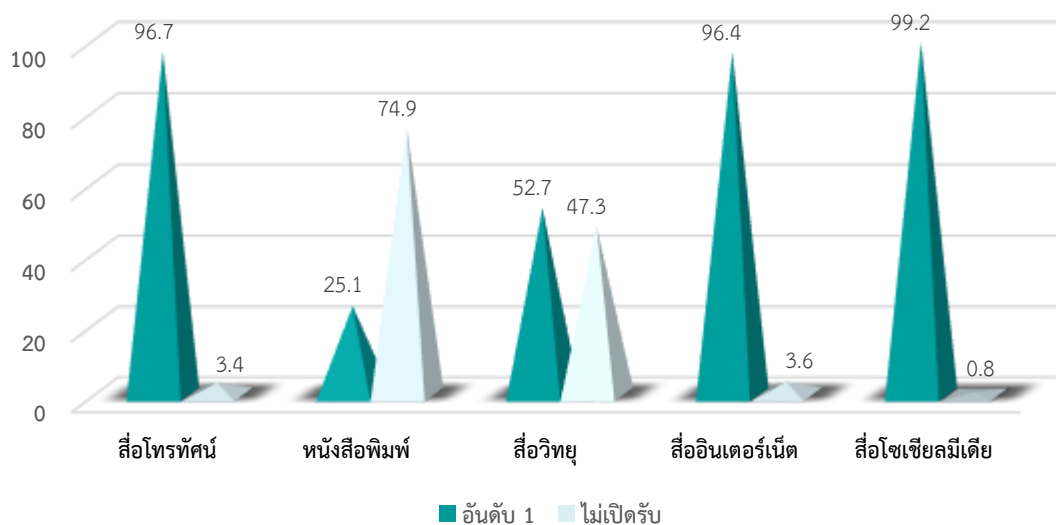
กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25.3 (จำนวน 125 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 10,001- 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25.3 (จำนวน 125 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน ไม่เกิน 10,000 บาท และ ร้อยละ 17.6 (จำนวน 87 คน) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 20,001-30,000 บาทตามลำดับดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละของรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	118	23.9
10,001- 20,000 บาท	125	25.3
20,001-30,000 บาท	87	17.6
30,001-40,000 บาท	66	13.4
40,001-50,000 บาท	40	8.1
50,001 บาทขึ้นไป	58	11.7
รวม	494	100.0

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

2.1 การเปิดรับข่าวสาร สาระ ความบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง จากสื่อประเภทต่างๆ ต่อสัปดาห์ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์

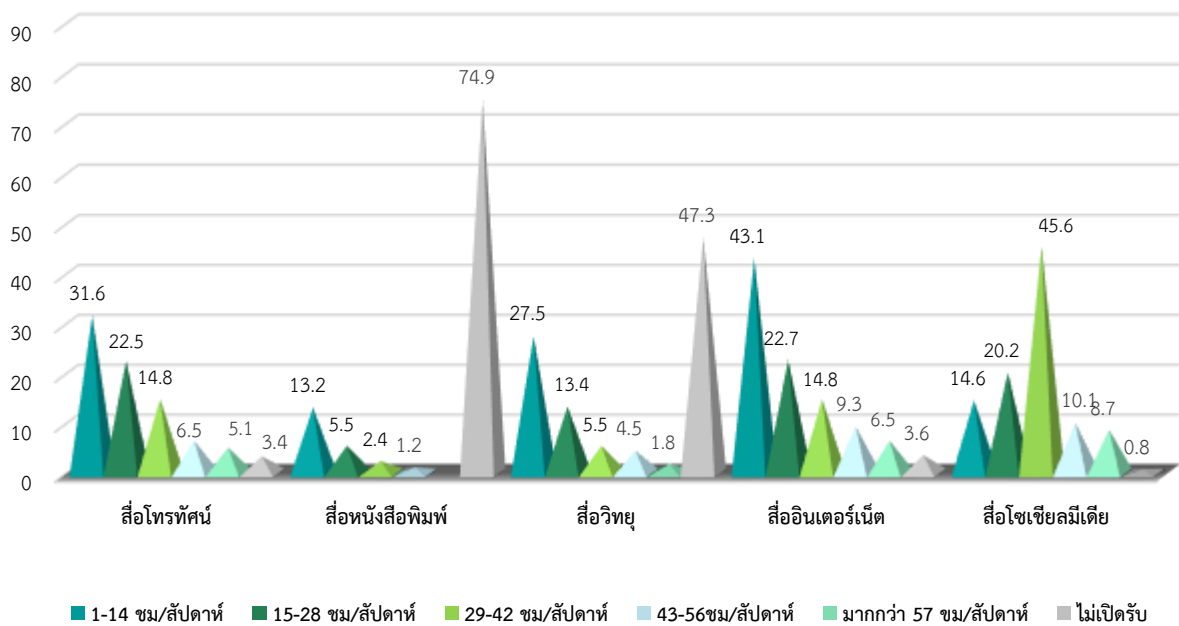


ผลการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโซเชียลมีเดียมากที่สุดร้อยละ 99.2 (จำนวน 490 คน) รองลงมาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 96.7 (จำนวน 477 คน) และ เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุดร้อยละ 96.4 (จำนวน 476 คน) ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงร้อยละของการเลือกเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทสื่อที่เปิดรับข่าวสาร สาระ ความบันเทิง	เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโทรทัศน์	477	96.7	17	3.4	494	100.0
หนังสือพิมพ์	124	25.1	370	74.9	494	100.0
สื่อวิทยุ	260	52.7	234	47.3	494	100.0
สื่ออินเทอร์เน็ต	476	96.4	18	3.6	494	100.0
สื่อโซเชียลมีเดีย	490	99.2	4	0.8	494	100.0

2.2 จำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อ



ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อทั้งด้านข่าวสาร สาระ ความบันเทิงจำนวน 29-42 ชม/สัปดาห์ จากสื่อโซเชียลมีเดียมากที่สุดร้อยละ 45.6 (จำนวน 225 คน) รองลงมาใช้เวลาในการเปิดรับสื่อจำนวน 1-14 ชม/สัปดาห์จากสื่ออินเทอร์เน็ตร้อยละ 43.1 (จำนวน 213 คน) และ เปิดรับสื่อจำนวน 1-14 ชม/สัปดาห์จากสื่อโทรทัศน์ร้อยละ 31.6 (จำนวน 156 คน) ดังตารางที่ 10

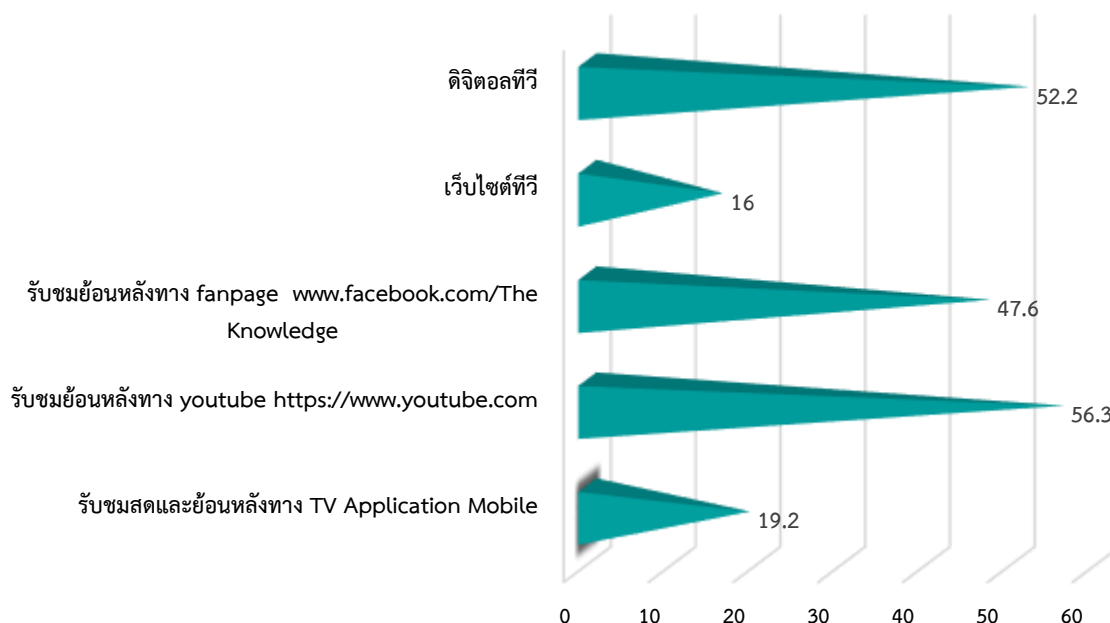
ตารางที่ 10 แสดงร้อยละของจำนวนชั่วโมงการเปิดรับสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนชั่วโมง การเปิดรับสื่อ	สื่อโทรทัศน์		สื่อหนังสือพิมพ์		สื่อวิทยุ		สื่ออินเทอร์เน็ต		สื่อโซเชียลมีเดีย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-14 ชม/สัปดาห์	156	31.6	65	13.2	136	27.5	213	43.1	72	14.6
15-28 ชม/สัปดาห์	111	22.5	27	5.5	66	13.4	112	22.7	100	20.2
29-42 ชม/สัปดาห์	73	14.8	12	2.4	27	5.5	73	14.8	225	45.6
43-56 ชม/สัปดาห์	32	6.5	6	1.2	22	4.5	46	9.3	50	10.1
มากกว่า 57 ชม/ สัปดาห์	25	5.1	-	-	9	1.8	32	6.5	43	8.7
ไม่เปิดรับ	17	3.4	370	74.9	234	47.3	18	3.6	4	0.8
รวม	494	100.0	494	100.0	494	100.0	494	100.0	494	100.0

3. การรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือ กทปส. เป็นรายการเกี่ยวกับเรื่องของการรู้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ในการสนับสนุนให้ผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อและสามารถตีความข่าวได้อย่างมีสติ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้รับสารมีข้อมูลและความรู้ที่จะนำมาประกอบในการตัดสินใจและใช้วิจารณญาณในการเปิดรับข้อมูล โดยออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 22.00 – 22.30 น.ทางช่อง 3 SD ช่อง 28 ซึ่งในแต่ละสัปดาห์จะมีทั้งผู้เชี่ยวชาญรวมถึงคนในแวดวงสื่อทั้งคนโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ คนวงการบันเทิงมาให้ความรู้และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นนั้นๆ และมีตัวแทนผู้รับสารมาร่วมแสดงความคิดเห็น

3.1 ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ



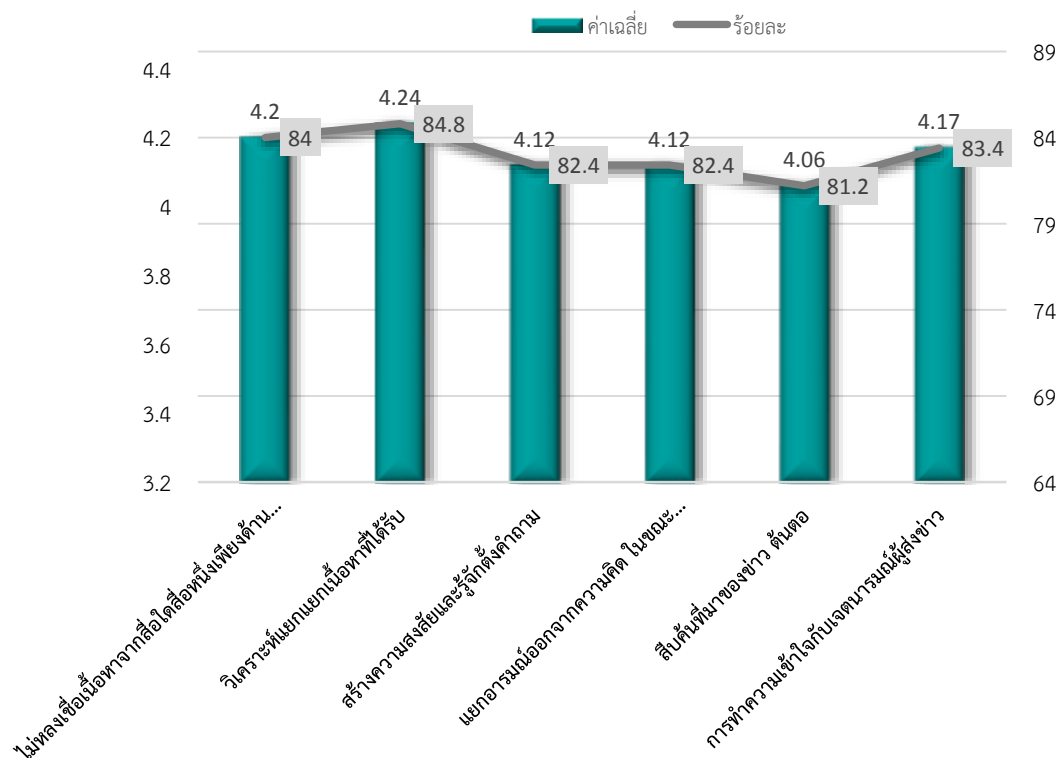
ผลการสำรวจการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมส่วนใหญ่ ร้อยละ 56.3 (จำนวน 278 คน) รับชมผ่านช่องทางย้อนหลังทาง YouTube รองลงมา รับชมผ่านช่องทางดิจิตอลทีวี ร้อยละ 52.2 (จำนวน 258 คน) และรับชมย้อนหลังทาง fanpage [www.facebook.com/The Knowledge](https://www.facebook.com/TheKnowledge) ที่ร้อยละ 47.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละของช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทางการรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ไม่รับชม		รับชม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดิจิทัลทีวี	236	47.8	258	52.2
เว็บไซต์ทีวี	415	84.0	79	16.0
รับชมย้อนหลังทาง fanpage www.facebook.com/The Knowledge	259	52.4	235	47.6
รับชมย้อนหลังทาง youtube https://www.youtube.com	216	43.7	278	56.3
รับชมสดและย้อนหลังทาง TV Application Mobile	399	80.8	95	19.2

หมายเหตุ กลุ่มผู้รับชมเลือกตอบมากกว่า 1 ช่องทาง

3.2 ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



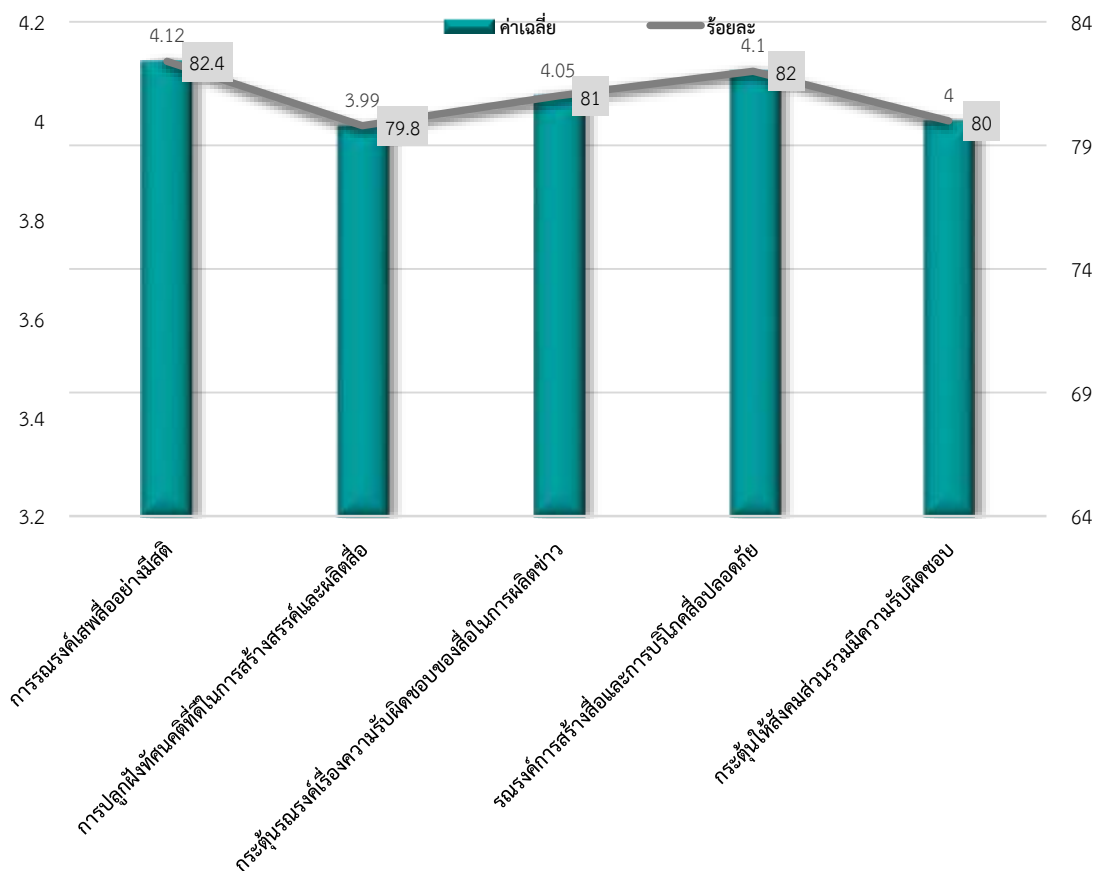
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีรูปแบบวิธีการนำเสนอให้สาระความรู้ด้านองค์ความรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้รับชมรายการ ทั้งนี้ ผลการประเมินผลรายการพบว่า รายการสร้างความรู้ความเข้าใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 83.0

ทั้งนี้ ความรู้ความเข้าใจจากรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ มีหลากหลายด้านโดยความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการด้านการรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.8 รองลงมา รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ได้สร้างความรู้ความเข้าใจด้านการไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 84 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84 และได้สร้างการทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 83.4 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อ	ค่าสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ
การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว	1.00	5.00	4.20	84	มาก
การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ	1.00	5.00	4.24	84.8	มาก
การสร้าง ความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง	1.00	5.00	4.12	82.4	มาก
การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อ	1.00	5.00	4.12	82.4	มาก
การแสวงหาสื่อบัณฑิตที่มาจากข่าว ต้นตอ	1.00	5.00	4.06	81.2	มาก
การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าวหรือผู้เสนอข่าว	1.00	5.00	4.17	83.4	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.15	83.0	มาก

4. มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน



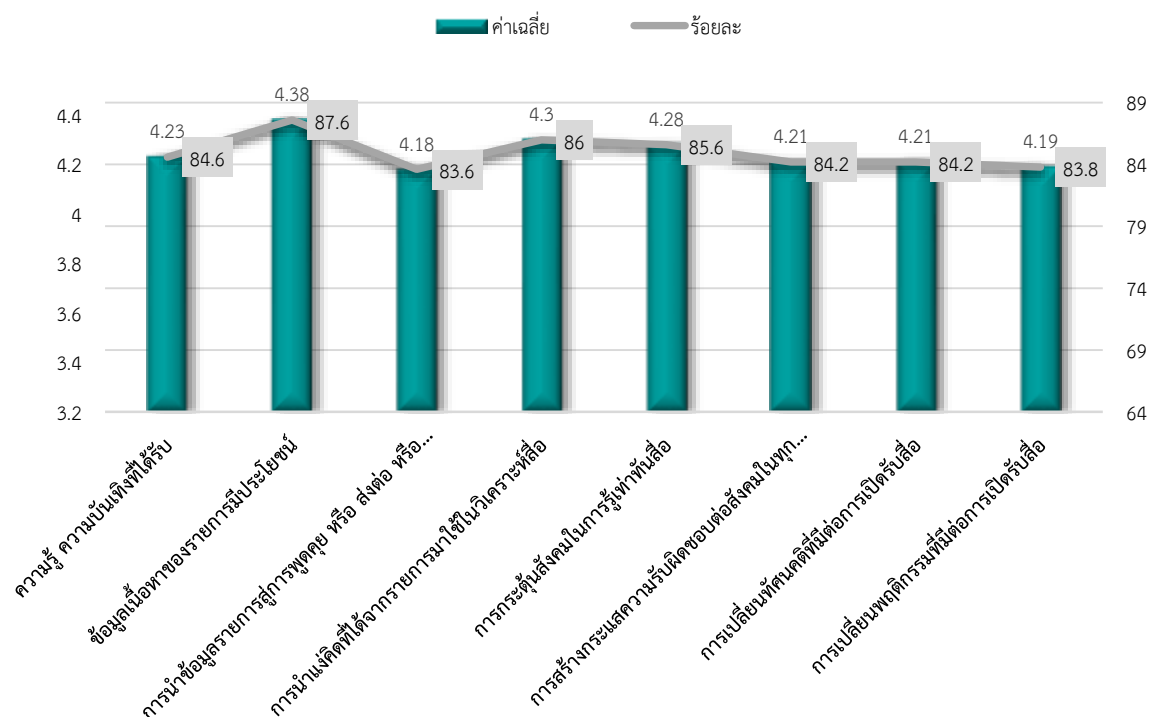
ด้านมุมมองของผู้รับชมรายการในการให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันนั้นผลการประเมินพบว่า กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.32 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 86.4

ทั้งนี้ ประเด็นที่กลุ่มผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันมากที่สุดคือ การรณรงค์เผยแพร่อย่างมีสติ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.34 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.40 รองลงมาคือ ผู้รับชมให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน คือ การรณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 4.10 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 82.00 และ ให้ความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทันด้านการกระตุ้นบรรณารักษ์เรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าว มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 81.00 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงค่าความถี่และร้อยละของมุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

มุมมองด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความหมาย
การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ	1.00	5.00	4.34	86.8	มากที่สุด
การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ	1.00	5.00	4.39	87.8	มากที่สุด
กระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าว	2.00	5.00	4.30	86	มากที่สุด
รณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย	2.00	5.00	4.26	85.2	มากที่สุด
กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบต่อ	.00	5.00	4.30	86	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย			4.32	86.4	มากที่สุด

5. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์



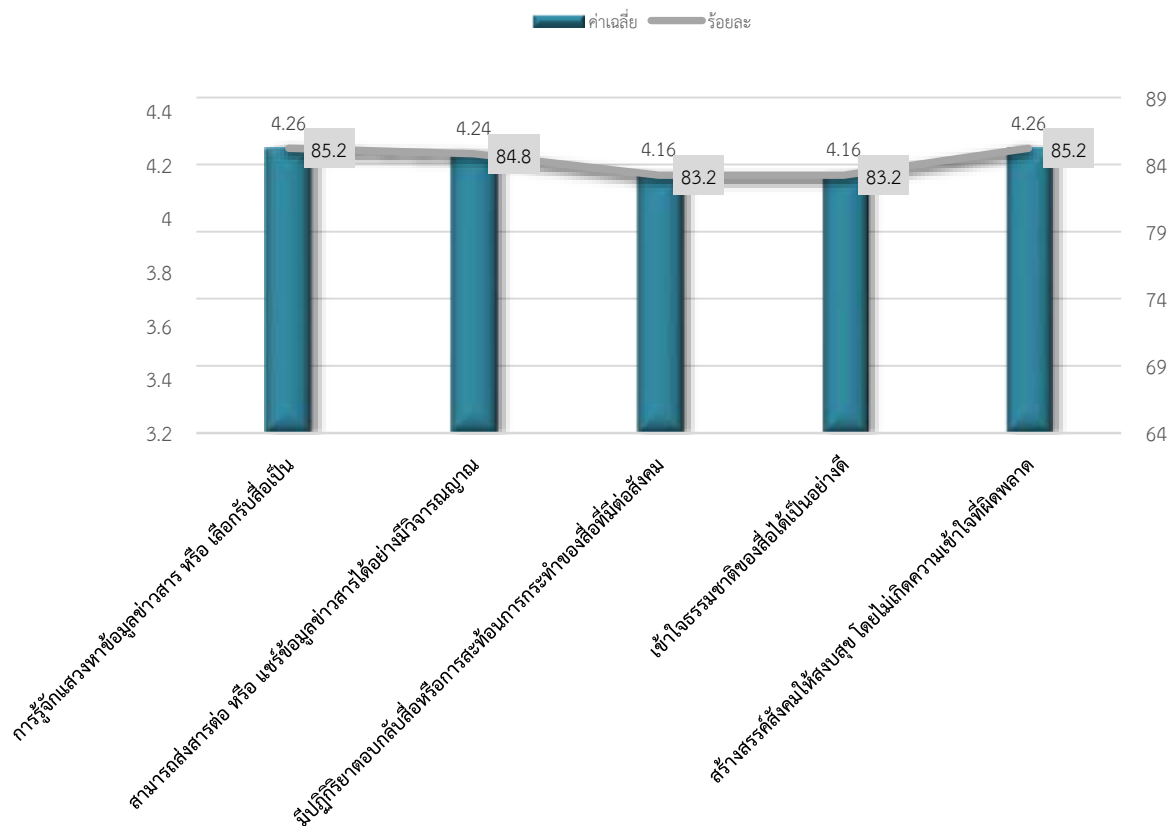
รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในภาพรวมในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.25 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 85.0

ทั้งนี้ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ สร้างความพึงพอใจต่อผู้รับชมมากที่สุดในด้านการสร้างสรรค์ ข้อมูลเนื้อหาของรายการที่มีประโยชน์ ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.38 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 87.6 รองลงมา ผู้รับชมพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านการนำเสนอแนวคิดที่ได้จากรายการมาใช้ในการวิเคราะห์สื่อในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.30 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 86.0 และพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ด้านการกระตุ้นสังคมในการรู้เท่าทันสื่อในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.28 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 85.6 ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงค่าความถี่และร้อยละของความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ความพึงพอใจต่อ รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความ
ความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับ	.00	5.00	4.23	84.6	มาก
ข้อมูลเนื้อหาของรายการมีประโยชน์	2.00	5.00	4.38	87.6	มากที่สุด
การนำข้อมูลรายการสู่การพูดคุย หรือ ส่งต่อ หรือ แชร์ต่อ	2.00	5.00	4.18	83.6	มาก
การนำเสนอแนวคิดที่ได้จากรายการมาใช้ในการ วิเคราะห์สื่อ	2.00	5.00	4.30	86.0	มากที่สุด
การกระตุ้นสังคมในการรู้เท่าทันสื่อ	1.00	5.00	4.28	85.6	มากที่สุด
การสร้างกระแสความรับผิดชอบต่องานสังคมใน ทุกภาคส่วน	1.00	5.00	4.21	84.2	มาก
การเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อ	1.00	5.00	4.21	84.2	มาก
การเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีต่อการเปิดรับสื่อ	1.00	5.00	4.19	83.8	มาก
ค่าเฉลี่ย			4.25	85.0	มากที่สุด

6. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย



ผลกระทบจากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้สร้างทัศนคติและพฤติกรรมทางใดทางหนึ่งแก่ผู้รับสาร โดยผลกระทบด้านหนึ่งคือ การใช้ประโยชน์ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากองค์ความรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับจากรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** โดยผลการประเมินด้านการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย พบว่า มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.22 จาก 5 คะแนน หรือ ร้อยละ 84.4

ประเด็นด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยจากการรับชมรายการ **The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ในประเด็นต่างๆ พบว่า การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสารหรือเลือกรับสื่อเป็น และ สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด เป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยที่ผู้รับสารนำมาใช้ประโยชน์มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.26 หรือ ร้อยละ 85.2 รองลงมาพบว่ากลุ่มผู้รับชมได้รับรู้และตระหนักถึงองค์ความรู้ด้านรู้เท่าทันสื่อทำให้ได้ประโยชน์ระดับมาก ต่อการสร้างสามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพที่ค่าเฉลี่ย 4.24 หรือ ร้อยละ 84.8 ตามลำดับตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงค่าความถี่และร้อยละของการใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	แปลความหมาย
การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสารหรือเลือกรับสื่อเป็น	1.00	5.00	4.26	85.2	มากที่สุด
สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีวิจารณญาณ	2.00	5.00	4.24	84.8	มาก
มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อหรือการสะท้อนการกระทำของสื่อที่มีต่อสังคม	2.00	5.00	4.16	83.2	มาก
เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี	1.00	5.00	4.16	83.2	มาก
สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาด	1.00	5.00	4.26	85.2	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย			4.22	84.4	มาก

7. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างยังมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาคุณภาพรายการโดยรวม ดังนี้

7.1 การนำเสนอรายการ

กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 12.4 (จำนวน 62 คน) มีข้อเสนอแนะและความเห็นว่า **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีเนื้อหารายการที่ดี และมีประโยชน์นำเสนอข้อมูลตรงจุดชัดเจน เข้าใจง่ายและมีประโยชน์ และนำเสนอได้ดี น่าติดตาม เป็นประโยชน์ต่อสังคมยุคนี้มากๆ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์เป็นรายการที่มีข้อมูลข่าวสารเนื้อหาสาระที่ครบถ้วนและมีประโยชน์มากที่สุดสำหรับผู้บริโภคสื่อ

7.2 เนื้อหาสาระของรายการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ ร้อยละ 7.4 (จำนวน 37 คน) ถือว่า**รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีประโยชน์ต่อผู้ชมทางบ้านทุกด้าน มีประโยชน์ทั้งแง่คิดและนำไปปฏิบัติ รวมถึงนำไปใช้ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน เห็นว่า **เนื้อหาสาระดีมากเลยคะทำให้เรารู้เท่าทันเหตุการณ์ต่างๆในชีวิตประจำวันเนื้อหารายการมีสาระ และคุณภาพมาก และยังเต็มไปด้วยมีความหลากหลายของเรื่องราวที่ใกล้ตัวมากๆ...**

7.3 ช่วงเวลาออกอากาศรายการ

จากการประเมินผลถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ต่อ **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 11.46 (จำนวน 33 คน) เห็นว่า รายการออกอากาศดีเกินไป อยากให้ออกอากาศเร็วขึ้น เพื่อให้ผู้รับชมหลากหลายกลุ่มได้รับชมอย่างทั่วถึง และ อยากให้ออกอากาศกว่านี้ เนื่องจากรายการมีสาระประโยชน์มาก

7.4 การประชาสัมพันธ์รายการ

จากการประเมินผลถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ต่อ **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ ร้อยละ 5 (จำนวน 46 คน) เห็นว่า ควรทำการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบจัดกิจกรรมเชิญชวนให้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อ และควรมีประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง

7.5 รูปแบบรายการ

จากการประเมินผลถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ต่อ **รายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ** ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ ร้อยละ 25.3 (จำนวน 125 คน) เห็นว่ารูปแบบรายการเล่าเรื่องได้กระชับ รวดเร็ว ตรงประเด็น เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา ทั้งนี้ มีความเห็นเพิ่มเติมว่า อยากให้เข้าถึงเด็กและเยาวชนด้วยการสอดแทรกความสนุกสนานบันเทิง หรือ เป็นรูปแบบการ์ตูนสอดแทรก ตลอดจนการเรียนรู้และสร้างการมีส่วนร่วมแบบ Interactive

ตารางที่ 16 แสดงร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม

ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การนำเสนอรายการ <ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอข้อมูลตรงจุดชัดเจน เข้าใจง่ายและมีประโยชน์ - นำเสนอได้ดี น่าติดตาม เป็นประโยชน์ต่อสังคมยุคนี้มากๆ - เป็นรายการที่มีข้อมูลข่าวสารเนื้อหาสาระที่ครบถ้วนและมีประโยชน์มากที่สุดสำหรับผู้เสพสื่อ 	62	12.4
เนื้อหาสาระของรายการ <ul style="list-style-type: none"> - ถือว่ามีประโยชน์ต่อผู้ชมทางบ้านมากทุกด้านมีประโยชน์และแง่คิด และนำไปปฏิบัติและการตัดสินใจในการใช้ชีวิตประจำวัน - ทำให้เรารู้เท่าทันเหตุการณ์ต่างๆในชีวิตประจำวัน - เนื้อหารายการมีสาระ และคุณภาพมาก และยังเต็มไปด้วยมีความหลากหลายของเรื่องราวที่ใกล้ตัว ดีมากๆ 	37	7.4

ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาคุณภาพรายการโดยภาพรวม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การประชาสัมพันธ์รายการ <ul style="list-style-type: none"> - ควรทำการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบจัดกิจกรรมเชิญชวนให้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อ - ควรประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง 	46	5
รูปแบบรายการ <ul style="list-style-type: none"> - กระชับ รวดเร็ว ตรงประเด็น เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา - การที่เราจะเสนอความรู้ต่างๆ ถึงจะมีสาระมากแค่ไหน แต่ถ้าสื่อออกมาไม่ดี ก็ทำให้ - ควรทำเป็นรูปแบบการ์ตูนสอดแทรก เพื่อเข้าถึงเด็กๆ ค่ะ - ควรเป็น interactive เพราะช่วยในการเรียนรู้และมีส่วนร่วม - ควรมีรายการเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนที่ใช้เวลาว่างสร้างสรรค์พัฒนาตนเอง - ควรเพิ่มความสนุกสนานคลายเครียดมากกว่านี้ 	125	25.3
การออกอากาศ <ul style="list-style-type: none"> - อยากให้เพิ่มเวลาออกอากาศ - ออกอากาศเร็วขึ้น 	33	11.46
ข้อเสนอแนะอื่นๆ ด้านการพัฒนาคุณภาพรายการ <ul style="list-style-type: none"> - ควรจะมีการนำหลักแนวคิดทฤษฎีในประเทศที่พัฒนาแล้วในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มาเป็นกรอบ - ขอให้เสนอเรื่องที่ประชาชนจะได้รับประโยชน์มากที่สุด เช่น เรื่องสุขภาพ - ควรเพิ่มหัวข้อข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์บ้านเมืองให้ครบทุกมิติสังคมให้มากขึ้น - ควรมีการยกตัวอย่างมานำเสนอให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น - แนะนำการแก้ปัญหาโซเชียลมีเดียที่ผิดๆ ให้แก่เยาวชนให้มากขึ้น - มีการประเมินคุณภาพทุกๆ 3 เดือนตามมาตรฐานสากล โดยองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ 	94	18.8
ไม่มีความคิดเห็น	97	19.64
รวม	494	100

เอกสารแนบท้าย

การเก็บข้อมูลครั้งที่ 1

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณครั้งที่ 1





การจัดสนทนาอภิปรายกลุ่มครั้งที่ 1

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผู้รับชมอายุ 15-20 ปี



การจัดสนทนาอภิปรายกลุ่มครั้งที่ 1

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผู้รับชมอายุ 21-25 ปี



การเก็บข้อมูลครั้งที่ 2

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณครั้งที่ 2



การจัดสนทนาอภิปรายกลุ่มครั้งที่ 2

กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ผู้รับชมอายุ 26–35 ปี



การจัดสนทนาอภิปรายกลุ่มครั้งที่ 2

กลุ่มตัวอย่างที่ 4 ผู้รับชมอายุ 36-45 ปี



การเก็บข้อมูลครั้งที่ 3

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณครั้งที่ 3





การจัดสนทนาอภิปรายกลุ่มครั้งที่ 3

กลุ่มตัวอย่างที่ 5 ผู้รับชมอายุ 46 -50 ปี



การจัดสนทนาอภิปรายกลุ่มครั้งที่ 3

กลุ่มตัวอย่างที่ 6 ผู้รับชมอายุ 51-60 ปี



ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

คำชี้แจง แบบประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจพฤติกรรม และ ความพึงพอใจในคุณภาพรายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมรายการ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ และ/หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุ
☐ 1) ต่ำกว่า 15 ปี ☐ 2) 15-25 ปี ☐ 3) 26-35 ปี ☐ 4) 36-45 ปี
☐ 5) 46-55 ปี ☐ 6) มากกว่า 55 ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
☐ 1) ต่ำกว่าประถมศึกษา ☐ 2) ประถมศึกษา ☐ 3) มัธยมศึกษา/ปวช. ☐ 4) อนุปริญญา/ปวส.
☐ 5) ปริญญาตรี ☐ 6) ปริญญาโท ☐ 7) ปริญญาเอก ☐ 8) อื่นๆ(ระบุ).....
4. อาชีพ
☐ 1) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ 2) เกษตรกร ☐ 3) เจ้าของกิจการ/ค้าขาย ☐ 4) พนักงานเอกชน
☐ 5) รับจ้างอิสระ ☐ 6) พ่อบ้าน/ แม่บ้าน ☐ 7) เกษียณอายุ ☐ 8) นักเรียน/ นักศึกษา
☐ 9) อื่น ๆ (ระบุ).....
5. รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน
☐ 1) ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 2) 10,001-20,000 บาท ☐ 3) 20,001-30,000 บาท ☐ 4) 30,001-40,000 บาท
☐ 5) 40,001-50,000 บาท ☐ 6) 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

6. ท่านเปิดรับข่าวสาร สาระ ความบันเทิงจากสื่อประเภทใดมากที่สุด ต่อสัปดาห์ (เรียงตามลำดับ 1 ถึง 5)

.....1) โทรทัศน์	โดยเฉลี่ย.....	ชั่วโมงต่อสัปดาห์
..... 2) หนังสือพิมพ์	โดยเฉลี่ย.....	ชั่วโมงต่อสัปดาห์
.....3) วิทยุ	โดยเฉลี่ย.....	ชั่วโมงต่อสัปดาห์
.....4) อินเทอร์เน็ต อาทิ ข่าว หรือ รายการจากเว็บไซต์สถานีโทรทัศน์	โดยเฉลี่ย.....	ชั่วโมงต่อสัปดาห์
.....5) สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook/Line/Twitter/YouTube	โดยเฉลี่ย.....	ชั่วโมงต่อสัปดาห์
.....6) อื่น ๆ (ระบุ).....	โดยเฉลี่ย.....	ชั่วโมงต่อสัปดาห์
7. ท่านรับชมรายการ รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ผ่านทางช่องทางใดบ้าง (เรียงตามลำดับ 1 ถึง 5)

.....1) รับชมทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่อง
.....2) รับชมสดทางเว็บไซต์ทีวีช่อง.....
.....3) รับชมย้อนหลังทาง fanpage www.facebook.com/
.....4) รับชมย้อนหลังทาง youtube https://www.youtube.com
.....5) รับชมสดและย้อนหลังทาง TV Application Mobile
.....6) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจต่อรายการ รู้เท่าทันสื่อ และ ให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้ความเข้าใจต่อรายการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจต่อรายการรู้เท่าทันสื่อและ การให้ความสำคัญในการสื่อ		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
8. ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์						
8.1	การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว					
8.2	การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ					
8.3	การสร้าง ความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง					
8.4	การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อ					
8.5	การแสวงหาสืบค้นที่มาของข่าว ต้นตอ					
8.6	การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว					
9. มุมมองของท่านด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน						
9.1	การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ					
9.2	การสร้างความรู้เข้าใจให้ประชาชนในยุคปัจจุบันรู้เท่าทันสื่อ ไม่ตกเป็นเครื่องมือให้ถูกชักจูงได้ง่าย					
9.3	การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ					
9.4	กระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าว					
9.5	รณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย					
9.6	กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบต่อ					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อรายการ รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อรายการรู้เท่าทันสื่อ

10. ความพึงพอใจต่อรายการ รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้าง ความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
10.1	ความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับ					
10.2	ข้อมูลเนื้อหาของรายการมีประโยชน์					
10.3	การนำข้อมูลรายการสู่การพูดคุย หรือ ส่งต่อ หรือ แชร์ต่อ					
10.4	การนำแนวคิดที่ได้จากรายการมาใช้ในวิเคราะห์สื่อ					
10.5	การกระตุ้นสังคมในการรู้เท่าทันสื่อ					
10.6	การสร้างกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกภาคส่วน					
10.7	การเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อ					
10.8	การเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีต่อการเปิดรับสื่อ					

ส่วนที่ 5 การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

11. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
11.1	การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น					
11.2	สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมี วิจารณญาณ					
11.3	มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อ หรือ การสะท้อนการกระทำ ของสื่อที่มีต่อสังคม					
11.4	เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี หรือ สามารถ เป็นผู้ผลิตสื่อเอง โดยก่อให้เกิดสื่อดีๆ มีประโยชน์เพื่อ สังคม					
11.5	สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ ผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพรายการโดยภาพรวม

ตัวอย่างแบบคำถามการสนทนากลุ่มย่อย

การจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion)

ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

ตามแผนการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการ
ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ” ซึ่งดำเนินการออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ เวลา 22.00–22.30 น. ทางช่อง 3 SD (ช่อง 28) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการ และการรับประโยชน์รายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน

รายละเอียดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion)

13.30-14.00 น.	แนะนำโครงการ เชิญผู้ร่วมอภิปรายรับชมรายการ “The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ”
14.00-15.30 น.	เชิญผู้เข้าร่วมอภิปรายแสดงความคิดเห็นต่อองค์รวมของรายการในประเด็น <ol style="list-style-type: none"> 1. ความพึงพอใจต่อรายการ 2. ความรู้ ความเข้าใจและประโยชน์ที่ได้รับ 3. การให้ความสำคัญต่อการรู้เท่าทันสื่อและการใช้สื่ออย่างปลอดภัย
15.30 น.	สรุปและเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อมูลผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion)

ชื่อ.....นามสกุล.....
 เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง อายุ.....ปี
 อาชีพ.....
 ภูมิลำเนา.....

1. ท่านเคยรับชมรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ผ่านทางช่องทางใดบ้าง
 -1) รับชมทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่อง
 -2) รับชมสดทางเว็บไซต์ทีวีช่อง.....
 -3) รับชมย้อนหลังทาง fanpage [www.facebook.com/The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ](http://www.facebook.com/The_Knowledge_รู้เท่าทันสื่อ)
 -4) รับชมย้อนหลังทาง youtube <https://www.youtube.com>
 -5) รับชมสดและย้อนหลังทาง TV Application Mobile
 -6) อื่นๆ.....

2. ความรู้ความเข้าใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

2.1 การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว

2.2 การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ

2.3 การสร้างความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง

2.4 การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อ

2.5 การแสวงหาสื่อบันเทิงที่มาจากข่าว ต้นตอ

2.6 การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว

3. ความพึงพอใจต่อรายการ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

(การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว/การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ/การสร้าง ความสงสัยและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง/การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อ/การแสวงหาสื่อบัณฑิตที่มาจากข่าว ต้นตอ/การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว)

4. ด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

(การรณรงค์เสพสื่ออย่างมีสติ/การสร้างความรู้เข้าใจให้ประชาชนในยุคปัจจุบันรู้เท่าทันสื่อ ไม่ตกเป็นเครื่องมือให้ถูกชักจูงได้ง่าย/การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ/กระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าว/รณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย/กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบ)

5. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

(การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น/สามารถส่งสารต่อ หรือ แชรข้อมูลข่าวสารได้อย่างมี วิจารณญาณ/มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อ หรือ การสะท้อนการกระทำของสื่อที่มีต่อสังคม/เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้ เป็นอย่างดี หรือ สามารถเป็นผู้ผลิตสื่อเอง โดยก่อให้เกิดสื่อที่ดีๆ มีประโยชน์เพื่อสังคม/สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง)

6. ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพรายการโดยภาพรวม

