

A world map composed of white dots on a red background. The dots are arranged in a grid pattern, with the density of the dots varying to create the shape of the continents. The map is centered on the Atlantic Ocean.

บทความวิจัย/วิชาการ





เครือข่ายผู้บริโภค : การมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็ง และรู้จักสิทธิในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์

ราตรี จุลคีรี*

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของประชาชน และศึกษาวิเคราะห์ ถอดบทเรียน โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกระบวนการในการจัดกิจกรรมตามโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านการออกแบบกระบวนการโดยใช้เทคนิค วิธีการต่างๆ ในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และระดมความคิดเห็นต่อแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงาน กสทช. เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นข้อเสนอสุดท้าย ผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายผู้บริโภคมีประเด็นข้อเสนอต่อบทบาท อำนาจหน้าที่ของ กสทช. การจัดทำหลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่างๆ การติดตามเฝ้าระวัง การกำกับดูแล การพิจารณาเรื่องร้องเรียน การสร้างเครือข่าย และการส่งเสริมการมีส่วนร่วม ตลอดจนอุปสรรคปัญหาของการทำงานในฐานะเครือข่ายผู้บริโภค และจากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ภาครัฐกับประชาชนควรต้องมีความสัมพันธ์กันในรูปแบบความสัมพันธ์แบบพลวัต (Dynamic System) โดยภาคประชาชนต้องตื่นตัวและกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิทธิเสรีภาพและการมีส่วนร่วมของตนเอง ต้องรวมตัวกันเป็นเครือข่ายให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น และภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการช่วยหนุนเสริมพลังของการทำงาน ให้มีการกำหนดนโยบายสาธารณะด้วยกระบวนการที่ส่งเสริมการศึกษาความต้องการเพื่อนโยบายที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นกลไกติดตามการดำเนินการของภาคส่วนต่างๆ และเป็นการพัฒนาคนจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในอีกทางหนึ่ง

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม นโยบายสาธารณะ เครือข่ายผู้บริโภค กิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์

ABSTRACT

This article was aimed to illustrate the study of principles and theories related to network building and the participation of people and also analyze and examine by data collecting during the activities in the Project on Promoting and Supporting the Network of Broadcasting Consumers. The activities were designed using learning/ exchanging ideas and brainstorming techniques on consumer protections of the Office of the NBTC. The final proposal were summarized and found out about the suggestions on the roles and responsibilities of NBTC in setting regulations, monitoring programmes, complaint dealing, and supporting consumer network as well, problems concerning the work of consumer network. This article also concluded that both state and civic sector must be related in the Dynamic System as the conclusion and suggestions. The public must join together as network and be active to understand its freedom and participation rights. The state agencies should be open for the participation of the public to set up efficiency public policy by studying process of public's needs. Moreover, the participation would be a checking mechanism to monitor each sector's works and a human resource development by exchanging information and ideas.

Key Words : Participation, Public Policy, Consumer Network, Broadcasting

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์แม้จะมีหน่วยงานกำกับดูแล หรือมีกฎหมายกำหนดไว้ชัดเจนว่าจะกระทำเรื่องใดมิได้ หรือในบางเรื่องกฎหมายไม่ได้ห้ามไว้ แต่สื่อมวลชนยังต้องคำนึงถึงหลักว่าด้วยคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของสื่อมวลชน แต่ในปัจจุบันยังพบว่าการดำเนินงานของสื่อหรือผู้ประกอบการกระจายเสียงและโทรทัศน์ยังมีการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ อาทิ การโฆษณาสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่หลอกลวง เกินจริง ไม่ครบถ้วน จนทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อนำไปสู่การซื้อ-ใช้สินค้า หรือบริการนั้นๆ หรือการโฆษณาแฝงในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะบทความเชิงโฆษณาที่ครอบงำความคิดของผู้บริโภคหรือประชาชน การละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการนำเสนอข่าวอาชญากรรม การละเมิดสิทธิสตรี เด็ก และเยาวชน จากการนำเสนอเนื้อหาละครข่าวสารด้วยความรุนแรง ใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม หยาดคายหรือลามกอนาจาร ขณะเดียวกันกลุ่มผู้บริโภคสื่อเองยังขาดความรู้และความเข้าใจในการทำงานของสื่อ ที่ถูกต้องเหมาะสมตามกรอบของจริยธรรม จรรยาบรรณ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังขาดความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิของตนเอง จึงทำให้ถูกละเมิดสิทธิจากสื่อทั้งโดยที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว

การส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จึงนับเป็นกลไกทางสังคมที่จะช่วยสร้างให้เกิดกระบวนการของการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง โดยการมีส่วนร่วม

อย่างเข้มแข็งและรู้จักสิทธิในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยเริ่มตั้งแต่การมีส่วนร่วมในการติดตาม เฝ้าระวัง การสื่อสารความรู้ที่จะช่วยให้สังคมเกิดความตื่นตัว รับรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิของตนเองในฐานะผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ การสะท้อนความคิดเห็น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการจัดทำนโยบายด้านการบริหารจัดการสื่อร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรหลัก ซึ่งเชื่อมโยงไปกับกลไกด้านอื่นๆ เช่น การบังคับใช้กฎหมายที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ องค์กรกำกับดูแล (กสทช.) การส่งเสริมความรู้ที่ดำเนินการโดยองค์กรภาคีที่เกี่ยวข้อง

นอกจากกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมแล้ว การสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในรูปแบบเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ที่ไม่มีขอบเขต การเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเครือข่ายอาจจะมองเห็นหรือมองไม่เห็นเป็นรูปธรรมก็ได้ ซึ่งการเชื่อมโยงระหว่างกันจะทำให้เห็นเป็นรูปธรรมของเครือข่ายมี 3 ลักษณะคือ เครือข่ายการแลกเปลี่ยน เครือข่ายการติดต่อสื่อสาร และเครือข่ายความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกัน ซึ่งเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ก็เช่นเดียวกัน สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จึงจำเป็นต้องเชื่อมโยงความสัมพันธ์ดังกล่าวให้เป็นรูปธรรมทั้ง 3 ลักษณะ

ดังนั้น เพื่อเป็นการขยายผลการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. และมีแนวทางในการส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ครอบคลุมทุกภูมิภาค รวมทั้งส่งเสริมการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในแต่ละภูมิภาคให้มีความตื่นตัวเข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึง เข้าใจ และใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์แก่ตนเองผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม อีกทั้งสามารถขยายผลไปยังคนในครอบครัวและในท้องถิ่น เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ความเข้าใจในสังคมทั่วไป ซึ่งมุ่งเน้นในด้านการจัดองค์ความรู้และขยายแนวคิดในเรื่องการเท่าทันสื่อหรือรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ ทั้งการมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดข้อมูลของตนเองผ่านสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่สาธารณะ และร่วมกันสร้างสังคมที่สื่อส่งเสริมความเท่าเทียม ปราศจากการเลือกปฏิบัติ และสามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขบนความแตกต่าง จึงได้ศึกษากระบวนการและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ของเครือข่ายผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพในการรู้จักสิทธิ ปกป้อง คุ้มครองตนเองในระดับการมีส่วนร่วมที่มากที่สุด เพื่อให้เกิดผลในด้านการพัฒนาข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการของภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์อย่างแท้จริง

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “เครือข่ายผู้บริโภค: การมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็ง และรู้จักสิทธิในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร เช่น หนังสือ บทความจากแหล่งต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยเริ่มต้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของประชาชน

เพื่อนำไปเชื่อมโยงกับแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายหลักในการดำเนินการตามภารกิจของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. โดยได้ออกแบบกระบวนการดำเนินการสร้างการมีส่วนร่วม โดยในบทความนี้แตกต่างจากการรายงานผลการดำเนินการต่อคณะกรรมการ เนื่องจากมุ่งศึกษาด้วยการวิเคราะห์ ถอดบทเรียนของกระบวนการเป็นระดับของการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้มีความเข้มแข็ง และพัฒนาศักยภาพในการรู้จักสิทธิ ปกป้อง คุ้มครองตนเองในระดับการมีส่วนร่วมที่มากที่สุด เพื่อให้เกิดผลในด้านการพัฒนาข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการของภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านการมีส่วนร่วมของเครือข่าย

วิธีการเก็บข้อมูล ใช้การเก็บข้อมูลจากกระบวนการในการจัดกิจกรรมตามโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ระดับภูมิภาค ผ่านการออกแบบกระบวนการโดยใช้เทคนิค วิธีการต่างๆ ในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และระดมความคิดเห็น ตลอดจนแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของสำนักงาน กสทช. เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นข้อเสนอสุดท้ายของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ดังนี้

- 1) การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคณพิการและคนด้อยโอกาส ให้เข้าถึง หรือรับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป

1.1) จัดทำหลักเกณฑ์ (ประกาศ กสทช. เรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคณพิการให้เข้าถึง หรือรับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยมาตรการบังคับกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล หรือ Digital TV จัดให้มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Caption) บริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และบริการล่ามภาษามือ (Sign Language) และมาตรการส่งเสริมและกำกับดูแลการดำเนินการ



ภาพ 1: แบบร่างสัญลักษณ์แสดงบริการในรายการโทรทัศน์

1.2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์จัดให้มีบริการสำหรับคนพิการ เช่น การฝึกอบรมผู้ประกอบกิจการในการจัดให้มีบริการ การจัดทำต้นแบบรายการที่มีบริการสำหรับคนพิการ ฯลฯ

1.3) สร้างความรู้ ความเข้าใจ และเตรียมความพร้อมคนพิการ/องค์กรแต่ละประเภทความพิการ ในการเข้าถึง และมีส่วนร่วมในการประเมินสถานีในการจัดให้มีบริการ

2) การกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงฯ

2.1) พัฒนาหลักเกณฑ์คือ ประกาศ กสทช. เรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ประกาศ กสทช. เรื่องมาตรฐานของสัญญา การให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก พ.ศ. 2556 และกำหนดลักษณะการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคเพิ่มเติม รวมทั้งพัฒนาแนวทางกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ สารเคมีทางการเกษตร การโฆษณา หลอกลวงเกินจริง ทั้งในส่วนกลางร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ บังคับใช้กฎหมาย และสร้างกลไก ร่วมกับภาคประชาชนและส่วนภูมิภาค

2.2) กำกับดูแลการกระทำที่เอาเปรียบผู้บริโภคตามประกาศ เช่น การโฆษณาอาหาร และยาที่ผิดกฎหมาย การโฆษณาหลอกลวงเกินจริงอื่นๆ การโฆษณาเกินระยะเวลา การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการให้บริการโดยไม่แจ้งผู้บริโภคล่วงหน้า หรือไม่ชัดเจนเกี่ยวกับผู้บริโภค

3) การดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนและกลไกรับเรื่องร้องเรียนของผู้ประกอบกิจการ โดยกำหนดให้ดิจิทัลทีวีต้องรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน และอยู่ระหว่างการพัฒนาหลักเกณฑ์ให้ผู้ประกอบกิจการ ประเภทอื่นจัดทำกลไกเพิ่มเติม

4) การพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

4.1) สร้างเครือข่ายผู้บริโภคที่เข้มแข็ง และการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีการดำเนินการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ผ่านเวทีระดับภูมิภาค ครอบคลุม 4 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง ในการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง ร้องเรียน และเสนอแนะนโยบาย รวมทั้งเชื่อมโยงกับภาคีองค์กรภาครัฐและเอกชน

4.2) พัฒนาศักยภาพการรู้เท่าทันสื่อ และสร้างความตระหนักในสิทธิทางการสื่อสารของประชาชน ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ให้เกิดการเข้าถึง เข้าใจ และเข้าร่วมกับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ได้

นอกจากนี้การศึกษาข้อมูลเป็นการออกแบบกระบวนการพัฒนาระดับการมีส่วนร่วมของเครือข่าย ผู้บริโภคผ่านการจัดกิจกรรมเวทีเครือข่ายผู้บริโภค ตามโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่าย คัดกรองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ระดับภูมิภาค ทั้งนี้ การศึกษานี้ได้วิเคราะห์ถึงการ ออกแบบกระบวนการโดยอ้างอิงหลักวิชาการดังนี้

กิจกรรม	รูปแบบ	วัตถุประสงค์	ข้อวิเคราะห์
กล่าวเปิด และปาฐกถา พิเศษ	รูปแบบ - กล่าวเปิดและปาฐกถาพิเศษ แบบไม่มีบทพูด โดยกรรมการ กสทช. “เล่า” ถึงแนวคิด นโยบาย และ ข้อจำกัดต่างๆ ที่ผู้บริโภคต้องเข้าใจ	เพื่อให้เกิดความเข้าใจแนวคิด นโยบาย และข้อจำกัดต่างๆ ที่ผู้บริโภคควร เข้าใจในแนวคิด นโยบาย และข้อจำกัด ต่างๆ	ระดับ 1 การให้ข้อมูลเป็นกิจกรรมแรกที่เป็น การปูพื้นฐานความเข้าใจในแนวคิด นโยบาย และข้อจำกัดต่างๆ เพื่อนำ ไปสู่ระดับการมีส่วนร่วมต่อไป
เกริ่นนำ: ทำอะไร อย่างไร	รูปแบบ - VDO Presentation รูปแบบ - การนำเสนอ ประเด็น - ความคืบหน้า “การคุ้มครอง ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและ โทรทัศน์” คือ 1) การพัฒนาหลักเกณฑ์ หรือการป้องกันปัญหาต่างๆ 2) การ คุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงสื่อของ คนพิการ 3) การติดตาม เฝ้าระวัง และ กำกับดูแล 4) การรับและพิจารณา เรื่องร้องเรียน และ 5) การส่งเสริม การรู้เท่าทันสื่อ *เปิดโอกาสให้สอบถาม แลกเปลี่ยนได้ ตามหัวข้อ ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	- เพื่อสรุปแนวคิดภาพรวมของงาน คุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์ของ กสทช. เพื่อนำไปสู่ ระดับการมีส่วนร่วมต่อไป - เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในมิติ มุมมอง ของ กสทช. ตลอดจนกลไก กระบวนการ วิธีการด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและ โทรทัศน์ รวมทั้งชี้แจงเกี่ยวกับความ คืบหน้าการดำเนินการในส่วนของ สำนักงาน กสทช. ในมิติต่างๆ	ระดับ 1, 2 การให้ข้อมูลเป็นกิจกรรมที่เป็นการ ปูพื้นฐานความเข้าใจในภาพรวม ของงานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียงและโทรทัศน์ เพื่อนำไปสู่ ระดับการมีส่วนร่วมต่อไป โดยเฉพาะ ในกิจกรรมที่ 3 ที่เป็นการประชุม กลุ่มย่อย ที่เชื่อมโยงต่อกับกิจกรรม ที่ 2 นี้
ส่งเสียง สะท้อน: พอหรือไม่ ควรเดินหน้า อย่างไร	รูปแบบ - การประชุมกลุ่มย่อย ประเด็น: ตามมติงานคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ คำถามตั้งต้น 1) กสทช. คุ้มครอง ผู้บริโภคแล้วหรือไม่ อย่างไร และมี ข้อเด่นข้อด้อยอย่างไร 2) ข้อเสนอต่อ กสทช. ในการขับเคลื่อนงานคุ้มครอง ผู้บริโภคเป็นอย่างไร 3) ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมีหรือไม่ อย่างไร กระบวนการ: แบ่งกลุ่มระดมความ คิดเห็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 40 คน วิทยากรกลุ่มโดยนักวิชาการในพื้นที่ นำเสนอโดย - ผู้แทนกลุ่ม	เพื่อให้เครือข่ายได้แลกเปลี่ยน ประสบการณ์/ระดมความคิดเห็น ทบทวน กระบวนการ กลไก และผล การดำเนินการที่ผ่านมา ตลอดจน แนวทาง การกำหนดนโยบายและ มาตรการปฏิบัติอย่างมีส่วนร่วมในการ คุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์	ระดับ 2, 3, 4 เป็นกิจกรรมที่เริ่มยกระดับให้เกิด กระบวนการคิด มีการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์/ระดมความคิดเห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดนโยบาย และมาตรการปฏิบัติอย่างมีส่วนร่วม ในการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ- โทรทัศน์ เพื่อให้เกิดการคุ้มครอง ผู้บริโภคถึงระดับการวางแผนร่วมกัน ทุกรากี่ดี เมื่อยังไม่ได้มีการสื่อสาร ไปยังหน่วยงาน จึงวิเคราะห์ได้ว่ายังไม่ เป็นระดับการควบคุมโดยประชาชน แต่เป็นการปูพื้นฐานไปสู่กิจกรรม ที่จะยกระดับการมีส่วนร่วมต่อไป

กิจกรรม	รูปแบบ	วัตถุประสงค์	ข้อวิเคราะห์
แลกเปลี่ยนเรียนรู้: คณะ- อนุกรรมการ คิดอย่างไร ผู้บริโภ เห็นอย่างไร	รูปแบบ - เสวนาโดยตัวแทน อนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้าน กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในประเด็นต่างๆ ที่ผู้แทนเครือข่าย ในแต่ละกลุ่มได้นำเสนอความเห็น ของตน *เปิดโอกาสให้สอบถาม แลกเปลี่ยนได้ ตามหัวข้อ	เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ระหว่างคณะอนุกรรมการต่อข้อเสนอ ของเครือข่ายผู้บริโภคสื่อวิทยุ- โทรทัศน์ ตามหัวข้อที่ 3 ซึ่งเกิดการ มีส่วนร่วมในระดับการเปิดรับฟัง ความคิดเห็น และการปรึกษาหารือ	ระดับ 2, 3, 6 เป็นกิจกรรมในช่วงแรกที่ตัวแทน คณะอนุกรรมการจะได้อบรมประเด็น ที่เกิดขึ้นจากการระดมความคิดเห็น ของเครือข่ายผู้บริโภค แล้วจึงเปิดเวที ให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ในฐานะที่คณะอนุกรรมการมีอำนาจ หน้าที่ในการจัดทำข้อเสนอต่อ คณะกรรมการในการกำหนดนโยบาย รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่อการ ดำเนินการของสำนักงาน กสทช. ในการดำเนินการเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภคในทุกมิติด้วย จึงวิเคราะห์ได้ว่า เป็นระดับการควบคุมโดยประชาชน
อัปเดต: ทิศทาง เศรษฐกิจ ดิจิทัล (Digital Economy) ส่งผลกระทบ	รูปแบบ - Ted Talk ประเด็น 1) กฎหมายใหม่ ที่เกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และ 2) วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและ ทิศทางในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรม สื่อ *เปิดโอกาสให้สอบถาม แลกเปลี่ยนได้ ตามหัวข้อ	เพื่อให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ ทิศทาง และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ในเชิงระบบการกำกับดูแลกิจการ กระจายเสียงและโทรทัศน์ ทั้งรูปแบบ การประกอบกิจการหน่วยงานกำกับ ดูแล และอื่นๆ	ระดับ 1, 2, 3 เป็นกิจกรรมที่ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และบทวิเคราะห์เบื้องต้นถึงการ เปลี่ยนแปลง ซึ่งมีความสำคัญและมี ผลกระทบต่อผู้บริโภคสื่อวิทยุและ สื่อโทรทัศน์ รวมทั้งเปิดให้ซักถาม และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็น ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว
เสวนา สร้างสรรค์: ใคร ทำอะไร ในงาน เครือข่าย พื้นที่	รูปแบบ - เสวนา 3 ภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคประชาชน ภาควิชาการ ประกอบด้วยผู้แทนจากสำนักงาน กสทช. ภูมิภาค, สำนักงานสาธารณสุข จังหวัด, สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัด, นักวิชาการพื้นที่, ตัวแทน ผู้บริโภค ประเด็น 1) อำนาจหน้าที่ รูปแบบ การทำงาน และผลงานของแต่ละ ภาคส่วน และ 2) ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นการสร้างเสริมความเข้มแข็ง ของผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์อย่าง ยั่งยืน *เปิดให้แลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น เชิงนโยบายในฐานะตัวแทนผู้บริโภค	เพื่อให้เห็นภาพการทำงานร่วมกันของ 3 ภาคส่วน ที่จะหนุนเสริมการสร้าง ความยั่งยืนในงานด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและ โทรทัศน์ ในสภาพการณ์ที่จะมีการ เปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบเศรษฐกิจ ดิจิทัล (Digital Economy) เพื่อนำ ไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อประสานกระบวนการทำงานร่วมกัน ในมิติต่างๆ เช่น การติดตามเฝ้าระวัง การรับเรื่องร้องเรียน การส่งเสริม การรู้เท่าทันสื่อ และการสร้างความ เข้มแข็งของเครือข่าย	ระดับ 1, 2, 3, 4, 5, 6 เป็นกิจกรรมสรุป ที่รวมการมีส่วนร่วม ในทุกระดับ โดยออกแบบให้มีทั้งการ ให้ข้อมูลการดำเนินการของภาคส่วน ต่างๆ ทั้งรัฐ วิชาการ และประชาชน ไปจนถึงการรับฟังเครือข่ายผู้บริโภค ตลอดจนให้เครือข่ายมีส่วนในการ เสนอแนะแผนการดำเนินการคุ้มครอง ผู้บริโภคเพิ่มเติม ตลอดจนการสร้าง กลไกการกำหนดนโยบายการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่ประชาชนสามารถเสนอ ต่อกรรมการ กสทช., คณะอนุกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค, หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ หรือจะเป็นการวางแผนการดำเนินการ ร่วมกับองค์กรภาคประชาชนที่มี การดำเนินการอยู่ด้วย หรือเชื่อมโยง การทำงานกับภาควิชาการด้วยก็ได้ ในลักษณะการประชุมไตรภาคี

การสร้างเครือข่ายเน้นกลุ่มที่ทำงานขับเคลื่อนงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคกับ กสทช. และการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคควรจะต้องมุ่งเน้นไปที่ผู้ที่ขับเคลื่อนงานในเรื่องสื่อเป็นหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ร้องเรียน กลุ่มเครือข่ายผู้บริโภค กลุ่มทำงานด้านอาหาร ยา กลุ่มคนพิการ กลุ่มผู้ด้อยโอกาส กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มมุสลิม เพื่อผู้บริโภค กลุ่มเด็กหรือเยาวชน กลุ่มแรงงาน กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มทำงานด้านการยุติการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก (Analog Switch Off หรือ ASO) กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) กลุ่มภาคประชาสังคม กลุ่มนักวิชาการ (เช่น คนทำวิจัยเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กลุ่มทำงานด้านรู้เท่าทันสื่อ กลุ่มทำงานเครือข่ายกลุ่มชาติพันธุ์) ครอบคลุมทุกภูมิภาค ภาคละไม่น้อยกว่า 100 คน ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การสร้างเครือข่าย

“เครือข่าย” มีลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่ม เพราะกลุ่มเป็นการรวมตัวกันของปัจเจกบุคคลหลายคนขึ้นไปที่มีความสัมพันธ์อย่างเหนียวแน่นและความใกล้ชิด ส่วนเครือข่ายนั้นเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในการทำงานกันอย่างหลวมๆ ไม่เหนียวแน่นเหมือนกับกลุ่ม อาจเชื่อมโยงในระดับบุคคล องค์กร กลุ่ม หรือสถาบัน โดยที่สมาชิกในเครือข่ายเข้าร่วมทำกิจกรรมตามความเหมาะสม ภายใต้กฎเกณฑ์หรือเป้าหมายร่วม และมีการปฏิบัติงานอย่างมีทิศทาง ดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของเครือข่าย อีกทั้งผลของการดำเนินกิจกรรมจะตกอยู่กับภาคีเครือข่ายในภาพรวม เช่น เครือข่ายชาวบ้านที่เป็นเครือข่ายการทำงานร่วมกันในสังคมไทยมาเป็นเวลานาน เป็นการที่ชาวบ้านใกล้เคียงมารวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ เช่น ประเพณีการลงแขกเกี่ยวข้าว ประเพณีการรับขวัญข้าว ประเพณีการลงแรงในงานต่างๆ ของชุมชน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงบทบาทหน้าที่ต่อกันอย่างเห็นได้ชัด มีระบบการแบ่งงานกันทำและการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ตลอดจนมีระบบการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันโดยอาศัยการแจ้งบอกปากต่อปาก

กิตติชัย รัตนะ (2559, น. 7) ได้นำเสนอเกี่ยวกับบทบาทของเครือข่ายไว้ดังนี้

1. บทบาทในการสนับสนุนการทำงานของภาครัฐ เป็นบทบาทที่หน่วยงานภาครัฐมีความคาดหวังเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในสถานการณ์ของการทำงานในภาวะปัจจุบันที่ในพื้นที่ที่ต้องการภาคีเครือข่ายสนับสนุนการทำงานของรัฐบาลในเรื่องการจัดการ เช่น การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บทบาทของภาคีพันธมิตรเหล่านี้จะมีส่วนช่วยในการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่ลงไปในพื้นที่ ทั้งในด้านการประสานงานและการร่วมกิจกรรมของโครงการ
2. บทบาทในการดำเนินกิจกรรมหลักของตนเอง เป็นบทบาทที่เครือข่ายนั้นต้องดำเนินกิจกรรมของตนเองตามภาระหน้าที่ที่มีอยู่ หรือตามวัตถุประสงค์ของเครือข่ายที่จัดตั้งขึ้น เช่น เครือข่าย

ปาชุมชน ก็มีบทบาทหลักในการสร้างศักยภาพและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการปาชุมชน เน้นการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติในเขตปาชุมชน เพื่อที่จะสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืนโดยไม่ทำลายทรัพยากร หรือกรณีของโรงเรียนในท้องถิ่นก็มีบทบาทในการสร้างจิตสำนึกและความตระหนักให้กับนักเรียนและเยาวชนในการอนุรักษ์ทรัพยากร เป็นต้น เห็นได้ว่าแต่ละหน่วยงานมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน การจัดการเครือข่ายในลุ่มน้ำจึงต้องคำนึงถึงความสามารถของเครือข่ายในการทำงานร่วมกันด้วย

3. บทบาทในการเชื่อมประสานการทำงานเชิงพื้นที่ เป็นบทบาทในการวางแผนการทำงานเชิงพื้นที่ หมายความว่า มองการจัดการทั้งระบบ มีภาคีเครือข่ายใดบ้างที่อยู่ในพื้นที่ และมีบทบาทในการทำงานในเรื่องใด ต้องสามารถเชื่อมต่อระบบการทำงานร่วมกันให้ได้
4. บทบาทในการกระตุ้นชุมชนเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น ทุกภาคีเครือข่ายย่อมตระหนักถึงความสำคัญของการทำงานร่วมกับชุมชน การทำงานโดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลางต้องเน้นที่บทบาทของชุมชนเป็นหลัก ดังนั้น บทบาทการกระตุ้นชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นจึงถือเป็นเรื่องสำคัญที่สุด หากชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ จะสะท้อนถึงการทำงานของเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพด้วย ในทางกลับกัน หากชุมชนไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ก็สะท้อนได้ว่าเครือข่ายต่างๆ ยังมีบทบาทน้อยต่อการบริหารจัดการ

Paul Starkey (1997) ให้ความหมายของ "เครือข่าย" ไว้ว่า คือกลุ่มของคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะที่บุคคลหรือองค์กรสมาชิกยังคงมีความเป็นอิสระในการดำเนินกิจกรรมของตน การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลและองค์กรที่กระจัดกระจายได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ อีกทั้งให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันเพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพิง

Adam Burke (1999, p. 76-79) กล่าวว่า การที่เครือข่ายดำรงอยู่ได้ก็ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นศูนย์รวมของการสนับสนุน เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการมีประสบการณ์แตกต่างกัน เพื่อเป็นช่องทางสำหรับแหล่งทุน เครือข่ายเป็นเวทีในการเจรจาต่อรองกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นๆ หน่วยงานส่งเสริมสนับสนุนการสร้างเครือข่ายมีเป้าหมาย 2 ประการคือ 1. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและสนับสนุนการเสริมสร้างอำนาจแก่ประชาชน 2. เพื่อเป็นช่องทางสำหรับการให้บริการแก่ประชาชน

2. การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมในเครือข่ายจะเกิดขึ้นจากการที่สมาชิกมองเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำเช่นนั้น สมาชิกต้องมีส่วนได้ส่วนเสียในวัตถุประสงค์ของเครือข่าย มีผลประโยชน์ในกิจกรรมบางอย่าง มีความปรารถนาจะสมทบอะไรบางอย่างให้ มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ ศรัทธาต่อเครือข่าย เชื่อใจผู้นำเครือข่าย และมีความรู้สึกเชื่อมั่นต่อความสำเร็จและความก้าวหน้าในอนาคตของเครือข่าย

ถ้าวัตถุประสงค์ของเครือข่ายดี การเชื่อมโยงภายในเครือข่ายเหมาะสม เอื้อให้เกิดความเคลื่อนไหวของกิจกรรมและความแข็งขันของสมาชิก โครงการหรือกิจกรรมมีลักษณะกระจายอำนาจไปให้กับมวลสมาชิกที่ได้รับประโยชน์ การดำเนินงานของเครือข่ายจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

รูปแบบระบบบริหารการพัฒนาของชุมชนนั้นควรมีกระบวนการของชุมชนที่ช่วยให้คนธรรมดาๆ ได้ปรับปรุงชุมชนของตนเองโดยการทำงานร่วมกัน กระบวนการดังกล่าวเปิดกว้างให้สมาชิกในชุมชนสามารถเข้าถึง รวมทั้งควบคุมทรัพยากรและโครงสร้างอำนาจในชุมชนได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน เป็นกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับแบบแผนความสัมพันธ์แนวราบของชุมชน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์กรในชุมชน เป็นโครงสร้างที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตยในการตัดสินใจ และเป็นการสร้างทุนทางสังคมขึ้นในชุมชน ให้เป็นเหมือนคลังเก็บความปรารถนาดีและความร่วมมือ ซึ่งสามารถนำมาใช้ ทำให้ประชาคมเข้มแข็ง (Robert, 1993)

บาร์คัต อูรธณโณ และถวิลวดี บุรีกุล (2548) เสนอว่า การแบ่งระดับขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแบ่งได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความละเอียดของการแบ่งเป็นสำคัญ โดยมีข้อพึงสังเกตคือ ถ้าระดับการมีส่วนร่วมต่ำจำนวนประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมจะมาก และยิ่งระดับการมีส่วนร่วมสูงขึ้นเพียงใด จำนวนประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมก็จะลดลงตามลำดับ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเรียงตามลำดับจากต่ำสุดไปหาสูงสุด ได้แก่

1. ระดับการให้ข้อมูล เป็นระดับต่ำสุด และเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดของการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้วางแผนโครงการกับประชาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลแก่ประชาชนโดยวิธีการต่างๆ เช่น การแถลงข่าว การแจกข่าวสาร และการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น แต่ไม่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นหรือเข้ามาเกี่ยวข้องใดๆ
2. ระดับการเปิดรับความคิดเห็นจากประชาชน เป็นระดับขั้นที่สูงกว่าระดับแรก กล่าวคือ ผู้วางแผนโครงการจะเชิญชวนให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินข้อดีข้อเสียของโครงการอย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น การจัดทำแบบสอบถามก่อนริเริ่มโครงการต่างๆ หรือการบรรยายและเปิดโอกาสให้ผู้ฟังแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการนั้นๆ เป็นต้น
3. ระดับการปรึกษาหารือ เป็นการเจรจาอย่างเป็นทางการระหว่างผู้วางแผนโครงการและประชาชน เพื่อประเมินความก้าวหน้าหรือระบุประเด็นข้อสงสัยต่างๆ เช่น การจัดประชุม การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และการเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็น เป็นต้น
4. ระดับการวางแผนร่วมกัน เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่ผู้วางแผนโครงการกับประชาชนมีความรับผิดชอบร่วมกันในการวางแผนเตรียมโครงการ และผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการโครงการ เหมาะที่จะใช้สำหรับการพิจารณาประเด็นที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและมีข้อโต้แย้งมาก เช่น การใช้กลุ่มที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การใช้อนุญาตตุลาการเพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้ง และการเจรจาเพื่อหาทางประนีประนอมกัน เป็นต้น

5. ระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นระดับที่ผู้รับผิดชอบโครงการกับประชาชนร่วมกันดำเนินโครงการเป็นขั้นการนำโครงการไปปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้
6. ระดับการควบคุมโดยประชาชน เป็นระดับสูงสุดของการมีส่วนร่วมเพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่มีอยู่ทั้งหมด เช่น การลงประชามติ แต่การลงประชามติจะสะท้อนถึงความต้องการของประชาชนได้ดีเพียงใดขึ้นอยู่กับความชัดเจนของประเด็นที่จะลงประชามติและการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับข้อดีข้อเสียของประเด็นดังกล่าวให้ประชาชนเข้าใจอย่างสมบูรณ์และทั่วถึงเพียงใด โดยในประเทศที่มีการพัฒนาทางการเมืองแล้ว ผลของการลงประชามติจะมีผลบังคับให้รัฐบาลต้องปฏิบัติตาม แต่สำหรับประเทศไทยนั้น รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันบัญญัติให้ผลของการลงประชามติมีทั้งแบบที่มีข้อยุติโดยเสียงข้างมาก และแบบที่เป็นเพียงการให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรี ซึ่งไม่มีผลบังคับให้รัฐบาลต้องปฏิบัติตามแต่อย่างใด (มาตรา 165)

3. นโยบายสาธารณะ

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และคณะ (2552) สรุปความหมายคำว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง การจัดทำนโยบาย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แผนพัฒนาการเมือง แผนยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของหน่วยงานรัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน หรือพื้นที่ การออกกฎหมายหรือระเบียบของหน่วยงานของรัฐ รวมถึงโครงการหรือกิจกรรมของหน่วยงานของรัฐที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นใด

Easton (1965 อ้างถึงใน สมบัติ ธำรงธัญวงศ์, 2545) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะมีความสำคัญต่อประชาชน เนื่องจากนโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตทางการปกครองเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ดังนั้น ประชาชนจึงสามารถแสดงออกซึ่งความต้องการของตนผ่านระบบกลไกต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ โดยความต้องการ (Demands) และการสนับสนุน (Supports) ของประชาชนจะถูกนำเข้าสู่ระบบการเมืองการปกครอง (Political System) ไปเป็นนโยบายสาธารณะ เมื่อนโยบายสาธารณะถูกนำไปปฏิบัติและปรากฏผลลัพธ์ตามเป้าประสงค์ที่พึงปรารถนา จะทำให้ประชาชนได้รับความพอใจ และส่งผลต่อการตอบรับ (Feed Back) ที่ดีของประชาชน จะทำให้ประชาชนเชื่อมั่นและศรัทธาต่อการบริหารงานของรัฐมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากผลลัพธ์และคุณภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติไม่เป็นไปตามเป้าประสงค์ที่พึงปรารถนาของประชาชน จะส่งผลให้วิถีชีวิตของประชาชนตกต่ำ ปรากฏการณ์เช่นนี้จะทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อรัฐ ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการเมืองกับประชาชนจึงเป็นความสัมพันธ์แบบพลวัต (Dynamic System) ดังนั้น นโยบายสาธารณะจึงส่งผลอย่างสำคัญต่อวิถีและคุณภาพชีวิตของประชาชน

ผลการศึกษา

จากข้อเสนอของเครือข่ายผู้บริโภคร่วมโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับภูมิภาค จำนวน 4 เวที พบว่ามีประเด็นข้อเสนอสื่อที่สามารถจัดเป็นกลุ่มของข้อเสนอเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประกอบด้วยข้อเสนอในประเด็นดังนี้

1. บทบาท อำนาจหน้าที่ของ กสทช. (ภาพรวมด้วยทั่วไปของ กสทช.)

- ควรสร้างความเข้าใจและให้เป็นที่รู้จักในด้านบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ ให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจ “กสทช.” ให้มากขึ้น ด้วยการสื่อสารผ่านสื่อกระแสหลัก (วิทยุและโทรทัศน์) สื่อเฉพาะที่ลงไปยังชุมชน (ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาในพื้นที่) และสื่อออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line)
- สร้างสื่อทั้งในกระแสหลักและกระแสรอง เพื่อให้คนรุ่นใหม่นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ และควรมีการทำภาคีบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (Memorandum of Understanding หรือ MOU) ร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น เพื่อให้คนไทยตื่นรู้มากยิ่งขึ้น
- ควรเพิ่มการสร้างความเข้าใจหรือเปลี่ยนความคิดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคให้กับผู้ประกอบการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
- ตั้งหน่วยงานหรือองค์กรเพื่อเป็นเจ้าภาพรับหน้าที่โดยตรงจาก กสทช. ลงไปในพื้นที่ เพื่อเป็นตัวเชื่อมประสานแกนนำในพื้นที่ต่างๆ งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสื่อต้องมีเจ้าภาพ และแต่ละคนไม่ว่าจะทำงานอยู่ในส่วนใดก็สามารถทำงานในประเด็นคุ้มครองผู้บริโภคได้ด้วยองค์กรประสานงาน
- ส่งเสริมการยกย่องผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต โดยการให้รางวัลจากประชาชนหรือผู้บริโภคให้คะแนนซึ่งจะเป็นแรงเสริมด้านบวกให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผลงานดีให้กับสังคมมากขึ้น
- กสทช. ต้องกำหนดยุทธศาสตร์หรือการทำงานของตัวเองให้ชัดเจน มีการวางแผนเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และ กสทช. ต้องมีบทบาทในการประสานงาน หนุนเสริม และก่อให้เกิดกลไกต่างๆ เชื่อมกันของหน่วยงานผู้บริโภค ให้สามารถทำงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมไปด้วย

2. หลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่างๆ เพื่อการป้องกันปัญหา

- กำหนดนิยามการโฆษณาให้ชัดเจนว่าลักษณะไหนเป็นโฆษณาตรงหรือโฆษณาแฝง และเพิ่มหลักเกณฑ์การโฆษณา เรื่องการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ เช่น การนำพระ แพทย์ หรือพยาบาล มาเสนอขายสินค้า

- ประกาศ กฎหมาย พระราชบัญญัติต่างๆ ควรมีการปรับปรุงให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป
- กรณีการใช้อำนาจหน้าที่ตามกฎหมายของ กสทช. นั้น หากตรวจสอบแล้วพบความผิดจริง ควรมีการดำเนินการอย่างชัดเจนและจริงจัง
- ควรมีการกระจายอำนาจด้านการกำกับดูแลไปยังระดับจังหวัด เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการเป็นไปอย่างรวดเร็ว และสามารถจัดการปัญหาได้อย่างทันท่วงทีมากขึ้น
- ควรมีมาตรการกำกับและมิบ толงโทษที่ครอบคลุมไปถึงกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ-รับจ้างผลิตสื่อ ในฐานะที่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือละเมิดผู้บริโภค ให้ทุกฝ่ายมีส่วนในการรับผิดชอบ
- เพิ่มการเผยแพร่ความรู้เรื่องกฎหมายของ กสทช. ด้วยการจัดเวทีให้กับผู้ผลิตเรียนรู้กฎหมาย หรือจัดอบรมจริยธรรม จรรยาบรรณของผู้ผลิตสื่อ เพื่อให้รับทราบความผิด หรือความถูกต้องของการนำเสนอ

จะเห็นได้ว่าการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ดังกล่าว เป็นการทำงานร่วมกันของ กสทช. ในฐานะหน่วยงานจัดสรรคลื่นความถี่และออกใบอนุญาต และหน่วยงานภาครัฐอื่นที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) กรมวิชาการเกษตร สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ และหน่วยงานอื่นๆ ในการกำกับดูแล รวมถึงการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และรู้เท่าทันสื่อ ควบคู่ไปกับ กระบวนการวัฒนธรรม กรมกิจการเด็ก ฯลฯ

3. ด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค (ติดตาม เฝ้าระวัง และกำกับดูแล)

กระบวนการทำงาน

- จัดตั้งกลุ่มเพื่อดำเนินการเฝ้าระวังให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ หรือระดับจังหวัด เพื่อนำเสนอข้อมูลส่งต่อไปยังส่วนกลางให้เกิดกระบวนการเฝ้าระวังที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และมีการดำเนินการต่อผู้กระทำผิดเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน
- ควรมีการให้รางวัลแก่ผู้แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับโฆษณาที่เป็นโทษ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนทั่วไปได้ทำหน้าที่ในการร่วมเฝ้าระวังสื่อ โดยอาจพิจารณาค่าตอบแทนจากเปอร์เซ็นต์ค่าปรับของสินค้าดังกล่าว
- เผยแพร่การดำเนินการ การลงโทษจากกรณีการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ทั้งข้อผลิตภัณฑ์ หรือโฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่เข้าข่ายผิดกฎหมาย

กิจกรรมเชิงบวก

- วารสารรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ ควรเพิ่มคอลัมน์ที่ผู้อ่านสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้
- จัดกิจกรรมทางบวก ส่งเสริมเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การจัดประกวดเพลง บทความ หนังสือ คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการรู้จักสิทธิ รู้จักสื่อ รู้เท่าทันสื่อ โดยจัดการประกวดที่แบ่งเป็นรุ่นต่างๆ

ข้อมูลความรู้/สื่อเผยแพร่

- ให้ความรู้ทั้งด้านสิทธิของผู้บริโภคและความรู้ด้านข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักถึงสิทธิของตนในฐานะผู้บริโภค และเกิดความมั่นใจในการร้องเรียนว่าสิ่งที่ร้องเรียนสามารถกระทำได้ตามข้อกฎหมาย
- จัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การโฆษณาเกินจริง ข้อมูลสาระสำคัญเกี่ยวกับกล่องรับสัญญาณดิจิทัล รวมถึงความรู้เรื่องช่องทางในการร้องเรียนที่ควรเน้นย้ำถึงช่องทางที่คนแต่ละกลุ่มสามารถเข้าถึงช่องทางเหล่านั้นได้สะดวก โดยออกแบบเนื้อหาสาระให้เข้าใจง่าย เหมาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น เด็กและเยาวชน กลุ่มชาติพันธุ์ ประชาชนทั่วไป เป็นต้น
- ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งดำเนินการจัดส่งข้อมูลผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย นอกเหนือจากโซเชียลมีเดีย เช่น เอกสารแจก แผ่นพับ ใบปลิว หรือหนังสือ ที่มีข้อมูลชัดเจน เข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์เพื่อสร้างการรู้เท่าทันสื่อ เท่าทันข้อมูลข่าวสารและการโฆษณา ซึ่งเอกสารเหล่านี้สามารถส่งผ่านไปยังเครือข่ายแกนนำที่ทำงานในระดับชุมชน เพื่อให้เกิดการขยายข้อมูลเหล่านี้ส่งต่อไปยังประชาชนผู้บริโภคในระดับชุมชนชนบทต่อไป

ด้านการคุ้มครองสิทธิคนพิการ

- จัดให้มีศูนย์ประสานงานในระดับจังหวัดเพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้อย่างทั่วถึงกลุ่มต่างๆ อย่างหลากหลาย เช่น กลุ่มผู้ด้อยโอกาส กลุ่มคนพิการ ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงต่อการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ได้
- สร้างช่องทางในการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับกลุ่มผู้พิการได้เข้าถึงเนื้อหาสาระ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยสามารถใช้ประโยชน์ได้เช่นเดียวกับบุคคลทั่วไป

4. กระบวนการขั้นตอนการรับเรื่องร้องเรียน

ช่องทางการร้องเรียน

- ควรมีรูปแบบ/ช่องทางการร้องเรียนที่สะดวกยิ่งขึ้น เช่น สังคมออนไลน์ (Social Media)
- ควรสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการร้องเรียนให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจมากยิ่งขึ้น
- ควรทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (Memorandum of Understanding หรือ MOU) กับ ศูนย์ดำรงธรรม เนื่องจากศูนย์มีการดำเนินงานที่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในระดับอำเภอและจังหวัด ซึ่งบทบาทของศูนย์ดำรงธรรมจะทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนกรณีถูกเอาเปรียบต่างๆ ซึ่งทางศูนย์สามารถรับเรื่องร้องเรียนหรือให้คำแนะนำต่อประชาชนได้ว่าจะต้องดำเนินการอย่างไรต่อไป เพราะศูนย์ดำรงธรรมมีความใกล้ชิดและเข้าถึงชาวบ้านได้มากกว่า
- สร้างช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนอย่างมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน คือการให้อำนาจหรือ ให้อำนาจในการทำงานของเครือข่ายภาคประชาชนในการขับเคลื่อนงาน รับเรื่องร้องเรียน การให้ความรู้กับประชาชน
- ควรมีการรวบรวมข้อมูลกรณีการร้องเรียนที่สามารถดำเนินการตามกฎหมายจนจบกระบวนการ มาเผยแพร่ และอธิบายถึงขั้นตอนการร้องเรียนที่ผู้บริโภคจะดำเนินการได้จริงในลักษณะ เข้าใจง่าย สั้น กระชับ
- คัดกรองสิทธิของผู้บริโภคที่เข้ามาร้องเรียน เพราะหลายครั้งผู้ร้องเรียนไม่กล้าร้องเรียนเนื่องจาก กลัวถูกฟ้องกลับ

5. กสทช. กับการสร้างเครือข่ายและการส่งเสริมการร่วมกลุ่มเพื่องานคุ้มครองผู้บริโภค

การสร้างความรู้ให้กับเครือข่าย

- เพิ่มการจัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนให้มากขึ้น มุ่งเน้นมายังผู้บริโภคเครือข่าย โดยตรง เพิ่มการลงพื้นที่ และจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค
- ส่งเสริมภาควิชาชีพเทศาสนตร์ มหาวิทยาลัยในภูมิภาคให้บริการวิชาการแก่ชุมชนด้วยการสร้าง นักสื่อสารน้อย โดยนิสิตนักศึกษาเป็นผู้สื่อสารให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ สิทธิของ ผู้บริโภค หรือกระบวนการร้องเรียนแก่ประชาชนในพื้นที่
- เพิ่มทักษะความรู้ให้แกนนำ เพิ่มการมีเครือข่ายในพื้นที่ และเชื่อมโยงเครือข่าย รวมถึงการ ตรวจสอบโฆษณา ต้องสร้างกลุ่มคนทำงานที่ดูแลเรื่องร้องเรียนโดยเฉพาะ และจะต้องเป็น

ผู้ที่รู้จักจริง ในส่วนของคนทั่วไปที่ยังไม่มีความรู้ ควรทำหน้าที่ในระดับเป็นการร้องเรียนเบื้องต้นให้ได้ และให้คนที่มีความรู้ต่อยอดข้อมูลต่อไป

การสร้างเครือข่ายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- สนับสนุนการมีส่วนร่วมด้วยการสร้างเครือข่ายในการทำงาน เพื่อเพิ่มงานเชิงรุกด้วยการสร้างเครือข่ายในระดับอำเภอและตำบล และรับฟังเสียงสะท้อนให้กลุ่มคนเหล่านี้มีที่ยืนในสังคม
- คัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมเป็นแกนนำอาสาสมัคร เพื่อนำร่องการปฏิบัติงานในพื้นที่ เพื่อให้ผู้ที่มาประชุมได้ลงไปขับเคลื่อนในท้องถิ่นที่ตัวเองอยู่ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้บริโภคและสื่อ ในการลงชุมชน โดยคัดเลือกแกนนำ/อาสาสมัคร เพื่อให้เข้าถึงชุมชนอย่างแท้จริง
- สร้างเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนให้ครอบคลุมทุกจังหวัด โดยให้มีเครือข่ายระดับจังหวัด พร้อมทั้งให้ความรู้แก่เครือข่าย และสร้างเครือข่ายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนทุกกลุ่มจะได้มีส่วนร่วมรับผิดชอบในเรื่องสื่อด้วยเช่นเดียวกัน
- สร้างความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ในพื้นที่ เช่น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำจังหวัด เพื่อจะใช้เครือข่ายอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่เข้มแข็ง เพื่อให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กำหนด ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มพิทักษ์สิทธิต่างๆ หรือภาคประชาชน ให้มีส่วนร่วมเห็นความสำคัญของการทำงานด้านผู้บริโภค/ผู้นำชุมชน เช่น จัดการอบรม จัดการเสริมความรู้ คือให้มีการทำงาน ต่อยอดจากการสัมมนาในระดับภาคลงไปต่อยก/สภาเด็กและเยาวชนมีการจัดกิจกรรมการเท่าน้ำสื่อกอยู่ทุกปี และจะเป็นกลุ่มผู้นำเครือข่ายในการเผยแพร่ความรู้ ให้ กสทช. เข้ามาช่วยดูแลหรือให้ข้อมูลเพิ่มเติม/องค์กรพัฒนาเอกชน (Non Governmental Organization หรือ NGO) และมีการประสานงานในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น ทำจดหมายขอความร่วมมือจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคให้มากขึ้น
- ฝากข้อมูลประชาสัมพันธ์สื่อโฆษณาที่แอบแฝงผ่านกลุ่มเครือข่ายต่างๆ เพื่อกระจายข้อมูลต่อ เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (Non Governmental Organization หรือ NGO) เป็นต้น
- อาจร่วมมือกับช่องสาธารณะ เช่น สถานีโทรทัศน์ Thai PBS ในการจัดทำรายการเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เช่น รายการรู้ทันกลโกงโฆษณา
- ตั้งกลุ่มเครือข่ายผู้บริโภคที่มีความน่าเชื่อถือ มีสถานภาพ มีกฎหมายรองรับในระดับภูมิภาคหรือชุมชน เพื่อสร้างพลังในการร้องเรียน
- สร้างความร่วมมือกับสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ตรวจสอบการโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่นำเสนอผ่านทางวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ไม่วกอลวงหรือเกินจริง

- ดำเนินการศึกษาริบทของชุมชนในเชิงลึก เพื่อระดมบุคคล หรือหน่วยงานระดับชุมชนที่จะสามารถช่วยกระจายข้อมูลข่าวสาร สารสำคัญ ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ หรือทำงานร่วมกับ กสทช. ได้
- จัดเวทีภาคประชาชนในระดับพื้นที่ เพื่อเปิดรับฟังความคิดเห็นในประเด็นที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันในระดับพื้นที่ รวมทั้งจัดโครงการชุมชนนำร่องเพื่อสร้างตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม และสรุปเป็นองค์ความรู้เพื่อนำไปใช้ในการทำงานขยายผลในชุมชนอื่นต่อไป
- มีการส่งเสริมให้ประชาชนในแต่ละพื้นที่ที่มีการรู้เท่าทันสื่อผ่านกระบวนการต่างๆ ที่เกิดจากการทำงานของคนหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเด็ก เยาวชน กลุ่มผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น
- เสนอให้มีการขับเคลื่อนสภาผู้บริโภคด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อทำให้เกิดกระบวนการทำงานอย่างมีส่วนร่วม ทั้งการขับเคลื่อนเชิงนโยบายยุทธศาสตร์
- โครงการมีส่วนร่วมภาคประชาชน ควรมีแนวทางที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการสนับสนุน มีแผนงานในการขับเคลื่อนงานร่วมกับภาคประชาชนที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

นอกจากนี้เพื่อให้ผู้บริโภคสื่อมีส่วนร่วมกับสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ได้อย่างเข้าใจและเข้าถึง การรู้จักกันย่อมเป็นหัวใจสำคัญของความสัมพันธ์ดังกล่าว และสุดท้าย ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เองย่อมต้องมีความกระตือรือร้น รวมพลัง สร้างความเข้มแข็ง รู้จักสื่อ รู้จักสิทธิของตัวเอง ทั้งการเข้าถึงสื่อ การเข้าใจสื่อ และการเข้าร่วมกับสื่อ โดยแสดงออก แสดงความคิดเห็น วิจารณ์ ชื่นชม ร้องเรียน เพื่อการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตต่อไป

6. ปัญหาและอุปสรรค

เครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สะท้อนปัญหาและอุปสรรคของการทำงาน ในฐานะเครือข่ายผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

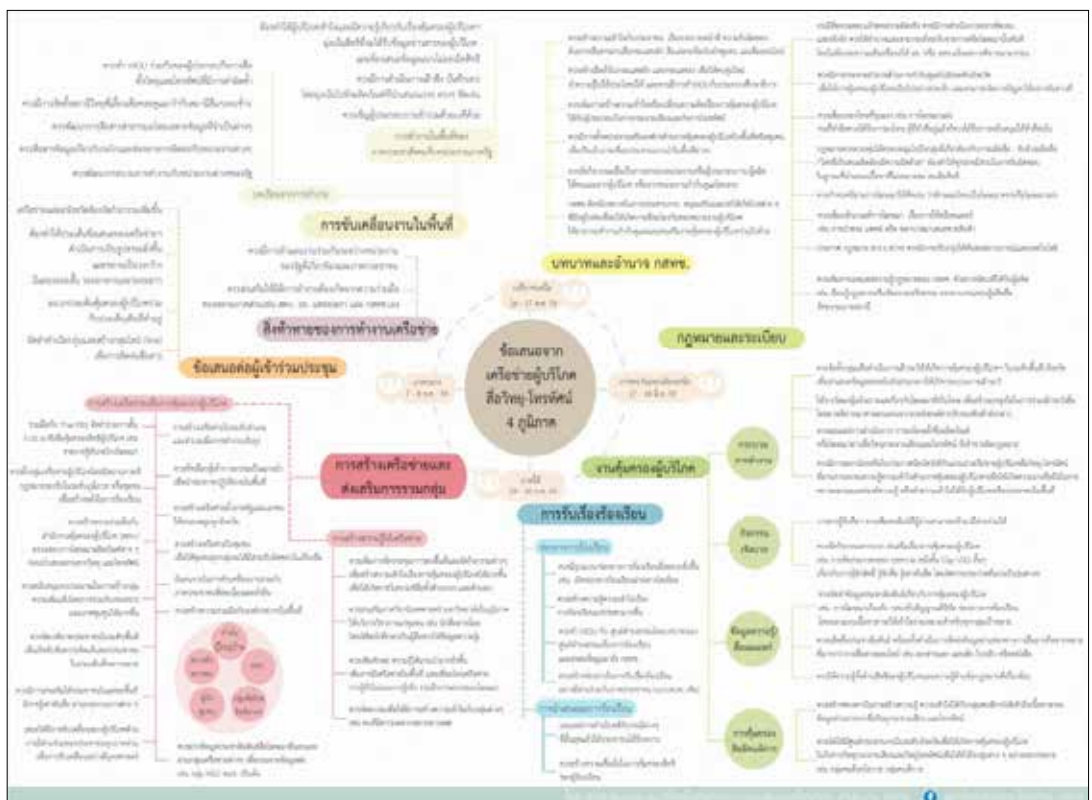
- ขาดความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- การสื่อสารด้านความรู้ความเข้าใจ ไม่ถึงตัวผู้บริโภค
- การขาดความเชื่อมโยงหรือการบูรณาการการทำงานระหว่างเครือข่ายด้วยกัน
- การขับเคลื่อนงานเครือข่ายไม่มีความต่อเนื่อง เพราะแต่ละคนต่างมีภารกิจที่ต้องขับเคลื่อนหลายด้าน

7. ข้อเสนอต่อผู้เข้าประชุมกับการสร้างเครือข่ายด้วยตนเอง

เครือข่ายแต่ละจังหวัดต้องจัดกิจกรรมเพิ่มขึ้น เช่น มอบหมายให้สมาชิกจากเครือข่าย แคนนำ เป็นวิทยากรในแต่ละพื้นที่เพื่อให้เกิดความหลากหลาย โดยเริ่มต้นจากการที่สมาชิกกลับไปดำเนินกิจกรรม ของตนเอง โดยการจัดกิจกรรม จัดเวทีให้กระจายไปมากขึ้น/ควรสร้างให้คนในชุมชนมีความรู้ด้านกฎหมาย

- ต้องทำให้ประเด็นของวันนี้ดำเนินการเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น และขยายเป็นวงกว้างให้มากขึ้น โดยต้อง พิจารณาถึงการวางแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เช่น ในมุมมองประชาชนในระยะสั้น ต้องมีการขยายต่อ ระยะกลางต้องบูรณาการและต้องปฏิบัติการได้ และในระยะยาวเป็นสิ่งที่ ยังคงต้องคิดต่อ
- เสนอให้เครือข่ายภาคประชาชนที่ทำงานเชิงประเด็น นำเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียงและโทรทัศน์ เชื่อมโยงกับประเด็นที่เครือข่ายกำลังดำเนินการอยู่

ทั้งนี้ ขอนำเสนอทวิเคราะห์เป็นแผนภาพ (Mind Map) ดังต่อไปนี้



ภาพ 2 : Mind Map ข้อเสนอจากเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ 4 ภูมิภาค

การอภิปรายผล

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภค และการสร้างการมีส่วนร่วม ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษา สามารถอภิปรายผลตามแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยอภิปรายถึงระดับและแนวทางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภค การแบ่งระดับขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ได้อ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีของ บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และถวิลวดี บุรีกุล (2548) ดังต่อไปนี้

1. ระดับการให้ข้อมูล ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลแก่ประชาชนโดยวิธีการต่างๆ เช่น การแถลงข่าว การแจกข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งจะพบได้จากการให้ข้อมูลผ่านทางการแถลงข่าวผลการประชุม คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ภายหลังจากการประชุมเป็นหลัก
2. ระดับการเปิดรับความคิดเห็นจากประชาชน การพัฒนาช่องทางการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ประกอบกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนทำให้สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยม และเป็นช่องทางที่สร้างการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยน เผยแพร่ต่อ (Share) ได้อีกด้วย โดยได้กำหนดเป็นช่องทางหลัก 2 ช่องทาง ได้แก่

2.1) เว็บไซต์ bcp.nbt.go.th

2.2) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้แก่ Facebook Fanpage: ผู้บริโภคสื่อ วิทยุ-โทรทัศน์ กสทช.

อนึ่ง การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เป็นเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้มีการออกแบบกระบวนการเพื่อให้การมีส่วนร่วม เพื่อให้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ ครีธาต่อเครือข่าย เชื่อใจ ผู้นำเครือข่าย และมีความรู้สึกเชื่อมั่นต่อความสำเร็จและความก้าวหน้าในอนาคตของเครือข่าย ซึ่งในฐานะเป็นผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการใช้คลื่นความถี่ ซึ่งเป็นทรัพยากร การสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ ก็ย่อมต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ และมีความสัมพันธ์กับภาครัฐหรือภาคธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ดังกล่าว นั้น โดยการดำเนินการโครงการ ส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ระดับ ภูมิภาค ซึ่งสามารถถอดบทเรียนของกระบวนการเป็นระดับของการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียงและโทรทัศน์ในระดับ 3-6 ได้ดังนี้

3. ระดับการปรึกษาหารือ เป็นการเจรจาอย่างเป็นทางการระหว่างผู้วางแผนโครงการและประชาชน เพื่อประเมินความก้าวหน้าหรือระบุประเด็นข้อสงสัยต่างๆ เช่น การจัดประชุม การจัดสัมมนา เชิงปฏิบัติการ และการเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็น เป็นต้น

4. ระดับการวางแผนร่วมกัน เป็นระดับการมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด โดยในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มุ่งเน้นการคุ้มครองสิทธิ โดยมี การร่วมกำหนดการดำเนินการที่เกี่ยวข้องดังนี้
 - 4.1) การเฝ้าระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่เข้าข่าย ผิดกฎหมาย อาทิ การโฆษณาหลอกลวง เกินจริง การละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการนำเสนอ ข่าวอาชญากรรม จากการนำเสนอเนื้อหาละครข่าวสารด้วยความรุนแรง หยาดคาย ลามกอนาจาร นำไปสู่การบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
 - 4.2) การร้องเรียนของเครือข่ายผู้บริโภค ทั้งมิติการให้บริการ และด้านเนื้อหารายการผ่านสื่อ กระจายเสียงและโทรทัศน์ที่มีลักษณะเข้าข่ายผิดกฎหมาย อาทิ การทำที่เป็นการเอาเปรียบ ผู้บริโภค การนำเสนอเนื้อหารายการที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ หรือมีผลกระทบต่อ การให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง หรือเข้าข่าย ลามกอนาจาร เป็นต้น
5. ระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นระดับที่หน่วยงานภาครัฐกับประชาชนร่วมกันดำเนินการ ทั้งนี้ ในกรณี การส่งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้บริโภคจึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดการดำเนินการตามแผน ข้อ 4) คือการเฝ้าระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และการ ร้องเรียนของเครือข่ายผู้บริโภค
6. ระดับการควบคุมโดยประชาชน เป็นระดับสูงสุดของการมีส่วนร่วมโดยประชาชนเพื่อแก้ปัญหา ข้อขัดแย้งที่มีอยู่ทั้งหมด โดยในกิจกรรมได้มีการเปิดโอกาสให้เครือข่ายผู้บริโภคในกิจการ กระจายเสียงและโทรทัศน์ได้จัดทำข้อเสนอแนะต่อการนำเสนอของสื่อที่เป็นประเด็นเฉพาะ อาทิ การจัดทำข้อเสนอเพื่อจัดทำคู่มือสำหรับสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับ กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เป็นผู้รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อนำไปจัดทำ ข้อเสนอเชิงนโยบายต่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์/คณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือกำหนดกิจกรรมการส่งเสริม ตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการต่อไป

ทั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่า ในระดับการมีส่วนร่วมต่ำคือระดับการให้ข้อมูล จำนวนประชาชนที่เข้ามา มีส่วนร่วมจะมาก และระดับการมีส่วนร่วมสูงคือระดับการร่วมปฏิบัติ จำนวนประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรม โครงการ ที่ได้นำเสนอความคิดเห็นเป็นข้อเสนอแนะเป็นเพียงแกนนำหรือตัวแทนของผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่เข้ามาเป็นเครือข่ายเท่านั้น

อนึ่ง เครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะต้องการให้ภาครัฐเปิดโอกาสในการมีส่วนร่วม และสนับสนุนการดำเนินการในฐานะเครือข่าย ทั้งในเรื่องขององค์ความรู้ การสื่อสาร และการเชื่อมโยงการทำงาน การมีพื้นที่แลกเปลี่ยน เรียนรู้ และการสนับสนุนการขับเคลื่อน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนของนโยบายสาธารณะตามภารกิจของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งมีความสำคัญต่อประชาชน และประชาชนมีความต้องการ และการสนับสนุน เพื่อให้เกิดความพอใจ และส่งผลต่อการตอบรับที่ดีของประชาชน ดังแนวคิดของ Easton (1965 อ้างถึงใน สมบัติ อารังธัญวงศ์, 2545) ที่ได้กล่าวมาข้างต้น

บทสรุป

การศึกษาเรื่องเครือข่ายผู้บริโภค: การมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งและรู้จักสิทธิในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เป็นการมุ่งเน้นให้เห็นถึงกระบวนการและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ของเครือข่ายผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพในการรู้จักสิทธิ ปกป้อง คุ้มครองตนเองในระดับการมีส่วนร่วมที่มากที่สุด เพื่อให้เกิดผลในด้านการพัฒนาข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการของภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ อย่างแท้จริง ตลอดจนส่งเสริมให้ภาคประชาชน ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมตัวเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง มีการทำงานร่วมกัน แต่หากไม่เปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมและการนำความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของประชาชนไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในนโยบายสาธารณะอย่างแท้จริง การส่งเสริมความเข้มแข็งของประชาชนผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ย่อมไม่เกิดผลที่แท้จริง เพราะเมื่อนโยบายสาธารณะส่งผลอย่างสำคัญต่อวิถีและคุณภาพชีวิตของประชาชน ประชาชนจึงควรมีสิทธิในการแสดงออกซึ่งความต้องการของตนผ่านระบบกลไกต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ โดยมีความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับประชาชนในรูปแบบความสัมพันธ์แบบพลวัต (Dynamic System) โดยภาคประชาชนต้องตื่นตัวและกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ว่าสิทธิเสรีภาพและการมีส่วนร่วมของตนเอง ในขณะเดียวกันต้องรับผิดชอบการใช้สิทธิเสรีภาพ และมีส่วนร่วมภายในขอบเขตที่กำหนด ในขณะเดียวกันหน่วยงานภาครัฐควรตระหนักว่าบทบาทของประชาชนในการมีส่วนร่วมนั้น ช่วยหนุนเสริมให้การบริหารงานภาครัฐมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมจะช่วยให้การกำหนดนโยบายสาธารณะตอบสนองและตรงกับความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

อย่างไรก็ดี การทำงานแบบแยกส่วนเฉพาะของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาควิชาการ มีข้อได้เปรียบและข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป เช่น ภาครัฐซึ่งมีอำนาจในทางปกครองมักมีข้อจำกัดด้านบุคลากร/เวลา เมื่อเทียบกับการปกครองที่ต้องมีพื้นที่ขนาดใหญ่ ผู้ประกอบกิจการจำนวนมาก ภาคประชาชนที่ไม่มีอำนาจและขาดงบประมาณ แต่เป็นผู้ที่เป็นการมุ่งเน้นในการเสนอทางเลือกในการพัฒนาสังคม การส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามารถในการพึ่งพาตนเองและการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ ส่วนภาควิชาการเป็นผู้มีองค์ความรู้สูงแต่ไม่มีอำนาจในการส่งผลให้เกิดเป็นรูปธรรมในมิติ

ของการบังคับใช้ ดังนั้น การทำงานร่วมกันของหลายภาคส่วนจึงถือได้ว่าเป็นภารกิจที่สำคัญของการรวมตัวกัน เพื่อมีความสัมพันธ์กับงานและสัมพันธ์ภาพระหว่างกัน ซึ่งงาน/ภารกิจและความเป็นภาคีต่อกันนำไปสู่การเรียนรู้และการสร้างกระบวนการความเคลื่อนไหวทางสังคม เกิดการเรียนรู้และความเคลื่อนไหวที่นำไปสู่การจัดการกับสิ่งต่างๆ ภายใต้บริบทที่เกิดขึ้น โดยแต่ละเครือข่ายก็มีกระบวนการทำงานที่แตกต่างกันไปตามสถานการณ์และเป้าหมายที่กำหนด

ข้อเสนอแนะ

แนวคิดในการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ด้วยการสร้างเครือข่ายองค์กรภาคีในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีระดับขั้นของความร่วมมือจากน้อย-มากดังนี้

น้อย	เครือข่าย (Networking)	มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลตามอัธยาศัย เป็นแหล่งข้อมูล ใช้เวลาและความไว้วางใจกันในความร่วมมือน้อย
	ประสานงาน (Coordination)	มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลจัดกิจกรรมตามเป้าหมายร่วมกัน มีกิจกรรมที่ต้องประสานตกลงกัน มีข้อจำกัดในการทำงานและบริการไม่เข้าซ้อน
	ความร่วมมือ (Cooperation)	แลกเปลี่ยนข้อมูล ใช้ทรัพยากรร่วมกัน ต้องใช้เวลาและมีความไว้วางใจกันมาก
มาก	ทำงานร่วมกัน (Collaboration)	ทำทุกอย่างตามทุกข้อ แต่มีการสร้างศักยภาพผู้ทำงานสองฝ่ายเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย มีระบบบริหารที่ต้องพึ่งพากันเพื่อให้งานสำเร็จ มีการใช้ทรัพยากรและมีเงื่อนไขผูกพันเท่ากันทั้งสองฝ่าย

การดำเนินการโดยร่วมปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อภารกิจของเครือข่ายในการติดตามเฝ้าระวังการทำงานของกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยอื่นหลายปัจจัย โดยมีความพยายามที่จะจัดให้อยู่ในระดับที่ผู้รับผิดชอบโครงการกับประชาชนร่วมกันดำเนินโครงการ เป็นขั้นการนำโครงการไปปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ หรือในบางกิจกรรมที่มุ่งให้ประชาชนที่เป็นเครือข่ายผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอความเห็นต่อการจัดทำข้อเสนอในการกำหนดนโยบายต่างๆ ของ กสทช. ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้ดังนี้

1. ควรมีการหนุนเสริมพลังของการทำงาน ซึ่งมีรูปแบบของสมาชิกเครือข่ายที่ต่างกัน ทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคล หรือเป็นสมาชิกขององค์กรที่มีความหลากหลาย ทั้งองค์กรรัฐ องค์กรเอกชน องค์กรภาคประชาชน และองค์กรทางวิชาการ ซึ่งมีความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ และความชำนาญที่หลากหลาย ดังนั้น หากมีการดำเนินการร่วมกันในลักษณะเครือข่ายจะช่วยให้เกิดการสนับสนุนกันและกัน เช่น มีการสนับสนุนทางวิชาการจากสถาบันการศึกษา คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
2. กระบวนการจัดทำนโยบายที่มีประสิทธิภาพ ควรมีกระบวนการศึกษาปัญหาต่างๆ อย่างมีระบบ ค้นหาเหตุที่แท้จริง และหาหนทางแก้ไขที่ดีที่สุด เพื่อเป็นข้อเสนอในการกำหนดนโยบายสาธารณะที่สอดคล้อง ตรงกับสภาพปัญหาของประชาชนอย่างแท้จริง โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน หน่วยงานและองค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน โดยเฉพาะเมื่อนโยบายสาธารณะมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ของประชาชนในวงกว้าง
3. ควรส่งเสริมให้มีกลไกการติดตามการดำเนินการของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายของรัฐบาล ตอบสนองความต้องการของประชาชนหรือไม่ และภาคผู้ประกอบการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง ส่งสารอันมีผลต่อประชาชน ประชาชนก็ย่อมมีสิทธิที่จะติดตามการดำเนินการของสื่อกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ได้โดยการรวมกลุ่มกันและทำงานร่วมกับทั้งสองภาคส่วน

บรรณานุกรม

- Burke, Adam. (1999). Communications & Development : a practical guide. London : Social Development Division Department for International Development [On-line]. Retrieved July 20, 2017. from <http://www.eldis.org/vfile/upload/1/document/0708/DOC7389.pdf>
- Putnam, Robert D. (1993). Making Democracy Work; Civic traditions in Modern Italy. Princeton, N.J. : Princeton University Press [On-line]. Retrieved July 20, 2017. from <https://press.princeton.edu/titles/5105.html>
- กิตติชัย รัตนะ, ผศ.ดร.. การสร้างกลุ่มและเครือข่ายในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม [ออนไลน์]. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 20 กรกฎาคม 2560. จาก <http://www.ieat.go.th/assets/uploads/cms/file/201604071732301596794406.pdf>
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, ศ.ดร. และถวิลวดี บุรีกุล. (2548). ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Democracy) [ออนไลน์]. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 20 กรกฎาคม 2560. จาก <http://kpi.ac.th/ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม-participatory-democracy-.html>
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, ศ.ดร., นันทวัฒน์ บรมานันท์, ศ.ดร., วุฒิสสาร ตันไชย, รศ., ถวิลวดี บุรีกุล, ดร., ปัทมา สรบก่าปิง, สุมนทนา ก่อแก้ว, ทศนัย ทองศรีนวล และศษานัน เทพคำ. (2552). การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายสาธารณะ [ออนไลน์]. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 20 กรกฎาคม 2560. จาก <http://www.kpi-lib.com/kpi/opac/detail.php?id=13157>
- สมบัติ อารังอุยวงศ์. (2545). นโยบายสาธารณะ : แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ. กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุพัฒน์ กาฬพันธ์, มปป. เอกสารองค์ความรู้ในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนางานด้านวัฒนธรรมจังหวัดหนองบัวลำภู (เอกสารหน่วยงานราชการ). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2560.