



ISSN : 2774 - 1303 (Print)
ISSN : 2774 - 1311 (Online)

Thai Media Fund Journal

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ปีที่ 1 ฉบับที่ 3
กรกฎาคม – กันยายน 2565

Volume 1 Number 3
July – September 2022

บทความพิเศษ

- 1.มาตรการทางกฎหมายและการรู้เท่าทันสื่อเพื่อต่อสู้กับข่าวปลอม
ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี วงษ์วีฑิต
2. นักสร้างสรรค์เนื้อหาทางเพรจันใหม่ กับโซเบอร์เช็กส์จุดเปลี่ยนเพศวิถีในสังคมไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บั๊กกิ้นส์

บทความวิจัย

3. การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์และการรับมืออย่างเหมาะสมในกลุ่มเยาวชน
สาสินี ธารงเลาพะพันธุ์, อัญมณี กุมมาระกะ, ภักรีณี ไตรสถิตย, ฤทัยชนก ทาศเกษม, เบญจลักษณ์ มณีทอง,
ณัทพร มโนใจ, จิรยุทธ ไซยจาวุธนิช, ศศิกานต์ ลิ้มปิติ, พิมพ์วิมล ศรีคำมูล
4. พฤติกรรมความรุนแรงในการใช้สื่อของเด็กและเยาวชนในจังหวัดเชียงราย
วิชุดา มาตันบุญ
5. สื่อและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชื่นนวัตกรรมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษา
ปีที่ 1 ถึงปีที่ 3
จำริญ กลสิวัตร





วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ Thai Media Fund Journal

เจ้าของ

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ที่ปรึกษา

ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช

กองบรรณาธิการภายใน

ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

นางสาวสุราก็พ ลากสมทบ

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กองบรรณาธิการภายนอก

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ

คณะนิติศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี วงษ์วิฑิต

คณะนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.พุลพงษ์ สุขสว่าง

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา

มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ วนิชวัฒนานุกิตติ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ธนบุรี

ดร.รพีพรรณ เตชะพัฒนัสกุล

นักวิชาการอิสระ

ดร.สมบัติ สวรรณสุขกุล

นักวิชาการอิสระ

ดร.อิทธิพล วรรณสุภากุล

นักวิชาการอิสระ

นายเวิ๊ด นิยมจ้อย

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกองทุน ตามความในพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มาตราที่ 5 (5) ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รองรับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ส่งเสริมทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อย่างเหมาะสมในการพัฒนาตนเอง ชุมชนและสังคม และส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง

ขอบเขตสาขาที่รับพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำ TMF Journal

1. เรื่องเกี่ยวกับสภาพเปลี่ยนแปลงหรือประเด็นทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย หรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ส่งผลหรือเกี่ยวเนื่องกับสื่อ
2. สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
3. สื่อดั้งเดิม สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล สื่อหลอมรวมและนวัตกรรมสื่อ
4. การรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและสื่อดิจิทัล
5. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้ผลิตสื่อ
6. การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ และการตรวจสอบเฝ้าระวังเนื้อหาของสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์
7. จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อ การกำกับดูแลสื่อ และการอภิบาลสื่อ
8. เรื่องที่มีวัตถุประสงค์หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อ

กำหนดเผยแพร่ รายไตรมาสปีละ 4 ฉบับ เผยแพร่ต่อเนื่องเริ่มปีที่ 1 ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2565 และทำการเผยแพร่ 3 ปี หรือรวมไม่น้อยกว่า 6 ฉบับ จะทำการเสนอให้ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index หรือ TCI) ประเมินคุณภาพวารสารและเผยแพร่ต่อไป

จำนวนที่พิมพ์ 500 เล่ม

The Scope of fields considered according to the objectives of TMF Journal preparation was as follows:

1. Articles concerning changing conditions or social, cultural, economic, technological, political, legal issues, or other external factors affecting or related to the media
2. Safe and creative media
3. Traditional media, radio and television broadcasting, digital media, convergent media, and media innovation
4. Media Literacy, media information and digital literacy
5. Media Personnel and Media Creators Capabilities Development

6. Media Content Analysis and media monitoring of unsafe and unconstructive media content.
7. Media Ethics, Code of Conduct, Media Supervision, Media Regulation, and Media Governance
8. The article whose purpose or suggestion was about the media

Release Dates : Scheduled to be published quarterly, at least 4 issues per year, published continuously from the 4th quarter of 2022-2024 or a total of not fewer than 6 issues for the Thai Journal Citation Index (TCI) for the evaluation of the quality of journals

Numbers of Prints 500 printed copies

การเผยแพร่ มอบให้ห้องสมุดหน่วยงานรัฐบาล สถาบันการศึกษาในประเทศ หน่วยงานสื่อรัฐ และเอกชน อีกทั้งเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และระบบเว็บไซต์จากทางTCI

ติดต่อ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เลขที่ 388 อาคารเอส.พี. (ไอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6 ถนนพหลโยธิน
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทร. 02 273 0116-9 โทรสาร. 02 273 0120
E-mail : journal.tmf@thaimediafund.or.th
Website : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index>

พิมพ์ที่ บริษัท สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด
59/4 ซอยวัดพระเงิน ถนนกาญจนาภิเษก
ตำบลบางม่วง อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

1.บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 3 ท่าน 2.ข้อความและบทความในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่เป็นความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำ และมีใช้ความรับผิดชอบของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ 3.กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้เพื่อประโยชน์สาธารณะแต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา

บรรณาธิการ

TMF Journal ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 3 มีบทความพิเศษ 2 บทความ บทความวิจัย 3 บทความ ทั้ง 5 บทความตรงตามเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ.2558 มาตรา 3 และสอดคล้องกับมาตรา 5 (5) อีกทั้งตรงกับ 8 ขอบเขตสาขาของการจัดทำ TMF Journal

ขณะนี้บทความใน TMF Journal ถูกนำไปอ้างอิงในงานวิจัย ของนักวิจัยส่วนหนึ่งแล้ว ด้วยเหตุผลที่เป็นบทความทางด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตลอดจน มีข้อค้นพบใหม่ในปี 2565 จึงถูกนำไปอ้างอิงได้อย่างเร็ว และเป็นที่ต้องการของนักวิจัย และผู้อ่านงานวิจัย

ในฉบับที่ 3 นี้เป็นฉบับที่มีเนื้อหา ข้อค้นพบใหม่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชนเป็นส่วนใหญ่ ขอเชิญผู้ที่อยู่ในอาชีพสื่อมวลชน อาจารย์ นักศึกษา นักวิจัย พิจารณานำไปอ้างอิงใช้ประโยชน์ต่อไป

บรรพต วิรุณราช

บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
บทความพิเศษ	
มาตรการทางกฎหมายและการรู้เท่าทันสื่อเพื่อต่อสู้กับข่าวปลอม	1 – 28
ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี วงษ์วิฑิต	
นักสร้างสรรค์เนื้อหาทางเฟสบุ๊กใหม่ กับไซเบอร์เชกส์ จุดเปลี่ยน	29 - 46
เพศวิถีในสังคมไทย	
รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา นิกกิ้นส์	
บทความวิจัย	
การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์และการรับมือ อย่างเหมาะสม	47 - 69
ในกลุ่มเยาวชน	
ดร.สาธิตี อารงเลาพะพันธุ์ และคณะ	
พฤติกรรมความรุนแรงในการใช้สื่อของเด็กและเยาวชนใน	70 - 101
จังหวัดเชียงราย	
ดร.วิชุดา มาตันบุญ	
สื่อและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	102 - 129
ชั้นนวัตกรรมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 3	
ดร.จำรูญ กสิวัตร	
คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์	130 – 136
การเขียนเอกสารอ้างอิง	137 - 141
จริยธรรมในการตีพิมพ์บทความ	142 - 145
คำธรรมเนียมในการส่งบทความ	146
ใบสมัคร/ ต่ออายุสมาชิก	147

บทความพิเศษ

มาตรการทางกฎหมายและการรู้เท่าทันสื่อเพื่อต่อสู้กับข่าวปลอม

Legal measures and Media Literacy to fight

Disinformation

สุมาลี วงษ์วิจิต¹

Sumalee Wongwittit²

Received 25 April 2022

Revises 28 September 2021

Accepted 30 September 2022

บทนำ

ข่าวปลอมหรือข่าวลวง หรือ Fake News หรือ Junk/ Hoax News เป็นชุดของข้อมูลที่ทำให้ขึ้นและเผยแพร่ต่อสาธารณชนผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อออนไลน์ โดยตั้งใจบิดเบือนจากข้อเท็จจริง ด้วยการเสนอข้อมูลหรือข่าวให้เข้าใจผิดในข้อเท็จจริง บิดเบือนข้อมูล (Disinformation) เสียดสีหรือล้อเลียน (Parody) หรือจงใจให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ ไม่ถูกต้องตรงกับความจริง (Misinformation) หรือเสนอเนื้อหาอันเป็นการโฆษณาทางการเมือง หรือชวนเชื่อ เพื่อมุ่งร้าย ใส่ความ โจมตี หรือกล่าวหาบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร หรือมุ่งหวังผลประโยชน์จากข้อมูลที่เป็นเท็จ ดังกล่าว หรือเพื่อมุ่งเป้าให้ผู้รับข้อมูลเข้าใจผิดในเนื้อหาและจงใจให้ส่งต่อเนื้อหานั้น ๆ ไปยังบุคคลอื่นต่อ ๆ ไป อันส่งผลเป็นบ่อนทำลายความสามารถ

¹ ศาสตราจารย์ ดร.คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² Prof. Dr. Faculty of Law, Ramkhamhaeng University



ของประชาชนในการแยกแยะข้อเท็จจริงจากความเป็นจริง โดยเฉพาะเป็นการขาดบรรทัดฐานหรือกระบวนการที่จะทำให้มั่นใจในความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล (European Commission, 2020; Verbruggen, 2021; CiTS, 2022)

อย่างไรก็ดี ไม่ปรากฏว่ามีคำจำกัดความของ Fake news ที่เป็นลักษณะร่วมกัน (Common Position) แต่อย่างใด เช่น สหราชอาณาจักรพยายามไม่ใช้คำว่า Fake News แต่เลียงไปใช้คำว่า Misinformation และ Disinformation แทน สหพันธรัฐมาเลเซียได้ให้คำนิยามไว้ในกฎหมายอย่างกว้างมาก ว่าหมายถึงข้อความทั้งหมดทุกรูปแบบที่เป็นเท็จทั้งหมดหรือบางส่วน ส่วนสหพันธรัฐรัสเซียนิยามว่าหมายถึงข้อมูลเท็จที่สำคัญนำไปเผยแพร่แล้วสร้างภัยคุกคามต่อชีวิต สุขภาพ หรือทรัพย์สินของผู้คนหรือสังคม เป็นต้น (The Law Library of Congress (2019, p. 2) ในขณะที่ร่างระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการป้องกันปราบปรามและแก้ไขปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลเท็จทางสื่อสังคมออนไลน์ พ.ศ." ให้นิยาม“ข่าวปลอม” ว่าหมายถึง ข้อมูลคอมพิวเตอร์ในสื่อสังคมออนไลน์ หรือในระบบคอมพิวเตอร์อันเป็นข้อมูลเท็จหรือข้อมูลปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

ในยุคเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) มีการนำเสนอ Fake news และเผยแพร่กระจายต่อไปในวงกว้างได้มากขึ้น โดยเฉพาะการดำเนินการผ่านบรรดาแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) เช่น Facebook หรือ YouTube หรือ Twitter หรือ TikTok หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางออนไลน์ ซึ่งเปิดโอกาสให้มีการสร้างเนื้อหาและเผยแพร่แชร์ต่อกันได้อย่างไม่จำกัดและอย่างรวดเร็ว ทำให้ปัญหาของ Fake News มีมากขึ้น ซึ่ง Wardle (2017) ชี้ให้เห็นถึงปัญหาของข่าวปลอมว่าเป็นเรื่องของความ

ไม่ชัดเจนในความหมายและประเภทของข่าวปลอมที่มีความซับซ้อน (Complexity) และได้เสนอให้เข้าใจระบบนิเวศของเนื้อหาปัจจุบันว่า จำเป็นต้องแยกองค์ประกอบออกเป็นสามเรื่อง คือ 1) ประเภทที่แตกต่างกันของเนื้อหา 2) แรงจูงใจของผู้สร้างเนื้อหา และ 3) วิธีการที่เนื้อหา นั้นถูกนำออกเผยแพร่ โดยได้แยกประเภทของเนื้อหาที่เป็นทั้งข้อมูลที่บิดเบือน (Disinformation) และข้อมูลที่ไม่ต้องตามจริง (Misinformation) ดังต่อไปนี้

1. Satire or Parody ข่าวเสียดสีหรือล้อเลียน ซึ่งไม่ได้ตั้งใจที่จะให้เกิดความเสียหายโดยตรง บางครั้งอาจไม่ได้นำเสนอหัวข่าวอันเป็นเท็จ แต่เป็นการนำเสนอภาพตัดต่อหรือข้อความบิดเบือนเพื่อความสนุกสนานเป็นการเรียกลูกผู้ชมโดยการสร้างข่าวล้อเลียน เสียดสีคนที่มิมีชื่อเสียงเพื่อความบันเทิง เป็นต้น

2. Misleading Content เนื้อหาที่มีการจงใจให้เข้าใจผิด โดยในบางกรณีอาจมีการหลอกเพื่อให้กรอกข้อมูลส่วนบุคคลด้วย เช่น การหลอกชิงโชค หรือหลอกให้กรอกข้อมูลเพื่อรับบัตรกำนัล เป็นต้น

3. Imposter Content เนื้อหาที่อ้างแหล่งข้อมูลที่ไม่ใช่แหล่งที่แท้จริง (Genuine Sources) เช่น แอบอ้างว่าเป็นแหล่งข้อมูลจากบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

4. Fabricated Content เนื้อหาที่สร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด เป็นข่าวปลอม 100% มีลักษณะของการตั้งใจโก่งหรือทำให้เสียหาย

5. False Connection เนื้อหาที่ไม่ตรงกับที่ปรากฏอยู่ในพาดหัวข่าว (Headlines) หรือภาพ (Visual) หรือคำบรรยายหลัก (Caption) โดยลักษณะของการตั้งใจหลอกให้คนอ่านจากพาดหัวข่าว ภาพ หรือคำบรรยายหลัก แล้วจะไล่อ่านหรือคลิกต่อไปที่เนื้อหาซึ่งเป็นคนละเรื่องกัน ซึ่งเป็นวิธีการที่เรียกว่า

“การล่อให้คลิก” (Clickbait) หรือ “Mislead Heading” ซึ่งมักเป็นการกระทำเพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากปริมาณของจำนวนคนที่เข้าไปคลิก (Aldwairi, 2018; CiTS, 2022)

6. False context เนื้อหาที่มีความจริงแต่นำมารวมปะปนอยู่กับเนื้อหาที่มีข้อมูลผิด (When Genuine Content is shared with False Contextual Information) เช่น นำผลงานวิจัยมาแอบอ้างเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกัน เพื่อมุ่งหวังประโยชน์ทางการค้า เป็นต้น

7. Manipulated Content เนื้อหาหรือภาพที่เป็นความจริงแท้ (Genuine Information or Imagery) ถูกนำมาใช้หรือจัดการใหม่เพื่อเจตนาหลอกลวง (Is Manipulated to Deceive)

ทั้งนี้ ไม่ว่าประเภทของ Fake News จะเป็นอย่างไร ก็เกิดผลกระทบตามมาได้อยู่มากมาย ตั้งแต่เสียหายเล็กน้อยระดับส่วนบุคคลไปจนถึงเสียหายมากระดับประเทศหรือระดับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยเฉพาะเมื่อ Fake News ปรากฏในยุคที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ก็ยิ่งทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบสาธารณสุขและเศรษฐกิจอย่างมากกระจายไปทั่วโลก นอกจาก Fake News จะส่งผลกระทบต่อสิทธิขั้นพื้นฐานแล้ว ยังก่อให้เกิดความเสียหายและความแตกแยกในวงสังคม รวมทั้งก่อให้เกิดทฤษฎีสมคบคิด (Conspiracy) และลัทธิสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) หรือสร้างความอับอายเพราะถูกประจาน (Bullying) (Wardle, 2017) และมีหลักฐานเชิงประจักษ์แล้วว่าผลการเลือกตั้งได้รับผลกระทบจากการบิดเบือนข้อมูลทางออนไลน์ ขณะเดียวกัน Fake News ก็ได้ถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการทำลายฝ่ายการเมืองตรงกันข้ามทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ โดยแอบอ้างหลักการเรื่องสิทธิเสรีภาพในการแสดงออก

ทางการเมือง และเสรีภาพในการแสดงออกหรือการพูด (Freedom of Expression/ Speech)

หลายประเทศประสบปัญหาในทำนองเดียวกัน และเริ่มเห็นความสำคัญกับผลกระทบของ Fake News ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเวลาของการเจรจาที่หาข้อยุติยังไม่ได้ระหว่างรัสเซียและยูเครน จะมีข่าวทั้งจริงและปลอมกระจายไปทั่วโลก โดยมีการเผยแพร่ภาพและวิดีโอของ Vladimir Putin ของรัสเซีย และ Volodymyr Zelenskyy ของยูเครน ถูกนำมาใช้เพื่อสร้าง Deepfakes (บางครั้งเรียกว่าเทคนิคลอคตา-ชั้นเทพ) ด้วยภาพและข้อความที่เป็นประโยชน์สำหรับตนซึ่งไม่เป็นความจริง ทั้งสองฝ่ายต่างใช้สื่อในการบิดเบือนวิดีโอเหล่านั้นเปิดเผยต่อสาธารณชนให้ทั่วโลกเข้าใจผิด และ Fake News เป็นตัวเร่งตัวอคติ หรือเรียกว่า Confirmation Bias ซึ่งทำให้เกิดสถานะการส่งต่อข้อมูลนั้นไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว โดยไม่มีการตรวจสอบทำให้เกิดความสับสนในสังคมว่าเรื่องใดจริงเรื่องใดเท็จ แม้ว่า Meta และ YouTube ต่างช่วยกันลบข้อความที่เป็นการละเมิดนโยบายการให้ข้อมูลเท็จนั้นออกจากระบบได้ แต่ข้อความนั้นได้แพร่กระจายออกไปแล้ว (Wakefield, 2022)

ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก Fake News ดังกล่าว หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของนานาประเทศต่างแสวงหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น เช่น แพลตฟอร์ม Facebook พยายามหยุดการแพร่กระจายของ Fake News ด้วยการนำเครื่องมือการรายงานและการตั้งค่าสถานะองค์กรสื่อมาใช้ และจัดตั้งเว็บไซต์ตรวจสอบข้อเท็จจริง หรือใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการตรวจจับเนื้อหาที่เป็น Fake News รวมทั้งได้จัดตั้งโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ

เช่น Fondazione Mondo Digitale และการจัดตั้งห้องสมุด Digital Literacy Library (Facebook, 2019) ในขณะที่ Twitter ร่วมมือกับองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ และมอบทุนให้กับโครงการต่างๆ เช่น Shout Out UK; Tea Toast และ Tweeting (Twitter, 2019) Google ได้ให้ทุนสนับสนุนโครงการในทำนองเดียวกันนี้เช่นกัน (Google, 2019)

นอกจากนั้น หน่วยงานรัฐและองค์กรไม่แสวงหากำไร พวกกันจัดตั้งศูนย์หรือหน่วยต่อต้านข่าวปลอม (Anti-Fake News Center) ขึ้น เช่น สหภาพยุโรป ได้ออก (EU Code of Practice on Disinformation: COP) ขึ้นในปี ค.ศ. 2018 เพื่อสร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมให้ตรวจสอบเรื่องการบิดเบือนข้อมูลหรือการสร้างข่าวปลอม (European Commission, 2018) รัฐบาลแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนจัดตั้งแพลตฟอร์มออนไลน์ ชื่อว่า “Refuting Rumors” เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาข่าวจริงที่มาจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้องของข่าวจากแหล่งทั่วไป (The Law Library of Congress, 2019, p. 3) ส่วนสหรัฐอเมริกามีการประสานร่วมมือระหว่างเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น PolitiFact.com; FactCheck.org และ Snopes.com ร่วมกันจัดทำคู่มือสำหรับการเตือนผู้บริโภคสื่อในเรื่องของ Fake news และ Full Fact ร่วมกับ Google ในการใช้เครื่องมือตรวจสอบข้อเท็จจริงโดยอัตโนมัติ (PolitiFact, 2021) เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย ได้มีการจัดตั้งคณะทำงานด้านสื่อสังคมออนไลน์ ในกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) เพื่อตรวจสอบ ระวังการแพร่ในเชิงปลอม ปั่น ระดม ยุยง สร้างความรุนแรง การไม่เคารพกฎหมายฯ (ประกาศ คสช. ฉบับ

ที่ 26/2557) และต่อมามีการจัดตั้งคณะกรรมการสืบสวนป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ หรือเรียกอีกอย่างว่า “Cyber Inspector” มีหน้าที่ตรวจสอบเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต จัดทำโครงการไซเบอร์คลีน โดยร่วมมือกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ในการช่วยหยุดยั้งการเผยแพร่สิ่งที่ไม่เหมาะสมทางเว็บไซต์ อีกทั้งกระทรวงฯ ยังมีนโยบายเร่งด่วนให้จัดตั้ง “ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมประเทศไทย” (Anti-Fake News Center Thailand) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการตรวจสอบข่าวสาร หรือข้อมูลอันเป็นเท็จ ข้อมูลหรือข่าวที่มีการติดต่อข้อมูล เนื้อหา การนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยปราศจากข้อเท็จจริง พร้อมทั้งชี้แจงเสนอข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง และสนับสนุนการดำเนินงานร่วมกับภาคประชาชน (หน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สมาคม เครือข่ายต่าง ๆ และภาคประชาชน) สามารถตรวจสอบ สอบถาม และร่วมมือในแก้ไขการเผยแพร่ข่าวสาร หรือข้อมูลอันเป็นเท็จ โดยเน้นข่าวที่มีผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนทั่วไป เช่น โรคระบาด ข่าวที่สร้างความแตกแยกในสังคม ข่าวที่สร้างความเข้าใจผิดต่อสังคม ตลอดจนข่าวที่ทำลายภาพลักษณ์ของประเทศ และเน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมโดยพัฒนาเว็บไซต์ที่ชื่อว่า antifakenewscenter.com (Anti-Fake News Center Thailand, 2022) นอกจากนั้น กระทรวงฯ ยังได้ร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) และศูนย์ปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ศปอส.ตร.) และศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม สำนักงาน กสทช. เป็นต้น

ในอนาคตอันใกล้ จะมีการจัดตั้ง “ศูนย์ประสานงานการป้องกันปราบปรามและแก้ไขปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลเท็จทางสื่อสังคมออนไลน์” ได้แก่ ศูนย์ประสานงานกลาง ศูนย์ประสานงานประจำกระทรวง และศูนย์

ประสานงานประจำจังหวัด เนื่องจากคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 เห็นชอบในหลักการ "ร่างระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการป้องกันปราบปรามและแก้ไขปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลเท็จทางสื่อสังคมออนไลน์ พ.ศ." ตามที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเสนอ ซึ่งนอกจากร่างฯ นี้เสนอให้จัดตั้งศูนย์ฯ ดังกล่าวแล้ว ยังกำหนดให้หน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่ได้รับการแต่งตั้งให้ปฏิบัติหน้าที่ตามระเบียบนี้ต้องกำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ผลสัมฤทธิ์ของงานเพื่อการประเมินผลการดำเนินงานตามระเบียบนี้ โดยให้กระทรวงฯ ทำหน้าที่ประเมินผลการดำเนินงานดังกล่าวด้วย

อย่างไรก็ดี การจัดตั้งศูนย์ต่อต้าน Fake News ทั้งหลายดังกล่าว ถูกวิพากษ์วิจารณ์ในวงกว้างว่ารัฐบาลต้องการนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองสำหรับขัดขวางหรือขจัดผู้ที่ต่อต้านรัฐบาลหรือมีความเห็นต่าง และเป็นการควบคุมความคิดเห็นของประชาชน มากกว่าที่จะมุ่งไปที่การคุ้มครองสิทธิของประชาชน เพราะหากการอ้างปฏิบัติการต่อต้านข่าวปลอมเกิดขึ้นเพื่อประโยชน์ทางการเมืองไม่ว่าโดยฝ่ายใด ย่อมส่งผลเป็นการใช้กฎหมายในทางที่ผิด และจะทำให้ผู้มีอำนาจควบคุมข้อมูลข่าวสารเพียงด้านเดียว เผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับฝ่ายตนเองโดยไม่ต้องคำนึงว่าเป็นจริงหรือเป็นเท็จ ขณะที่ผู้ที่มีความเห็นต่างไม่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารอีกด้านหนึ่งได้เลย ซึ่งจะขัดกับรัฐธรรมนูญที่ให้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นแก่ประชาชน

ความพยายามของประเทศไทยและนานาชาติในการป้องกันและปราบปราม Fake News มีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่ปัญหาของผลกระทบจาก Fake News ยังคงมีปรากฏอยู่ ซึ่งส่วนหนึ่งของการทำให้ Fake News แพร่กระจายได้โดยง่ายและรวดเร็ว ก็คือการส่งและเผยแพร่ผ่านทางออนไลน์หรือโซเชียลสเปซ



(Cyberspace) ซึ่งทำให้ยากลำบากในการกำกับดูแล และต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ มาเป็นตัวช่วย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการออกและบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient Law Enforcement) การใช้มาตรการปิดกั้นและกลั่นกรองเนื้อหา (Blocking and Filtering Measure) การสร้างความร่วมมือจากสังคมให้สอดส่องและร้องเรียน (Anti-Fake News Cooperation) การสร้างมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ของผู้ผลิตและเผยแพร่เนื้อหา รวมทั้งบรรทัดฐานสังคม (Social Norms) และประการสุดท้าย คือ การสร้างเสริมความสามารถ (Empowerment) ให้สังคมทุกกลุ่ม ทุกวัย รู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ได้อย่างแท้จริง ซึ่งในบทนี้จะให้ความสำคัญกับมาตรการทางกฎหมายและการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อเพื่อต่อสู้กับปัญหาและผลกระทบจาก Fake News ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยมีหลักคิดว่าการต่อสู้กับข่าวปลอมเป็นประเด็นร่วมสมัยที่จะต้องดำเนินการทั้งป้องกันและปราบปรามอย่างเร่งด่วน

บทวิเคราะห์

การต่อสู้กับข่าวปลอมมีความจำเป็นต้องใช้มาตรการที่หลากหลาย แต่มาตรการสำคัญที่นานาประเทศและประเทศไทยได้นำมาใช้เป็นหลัก คือ มาตรการทางกฎหมายและการส่งเสริมให้มีการรู้เท่าทันสื่อ

กฎหมายสูงสุดของประเทศ คือ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 กำหนดหลักการสำคัญในการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล (Right to Privacy) ไว้ โดยห้ามการกระทำอันเป็นการละเมิดหรือกระทบต่อสิทธิของบุคคล หรือการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ไม่ว่าในทางใด ๆ เว้นแต่มีกฎหมายบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเท่าที่จำเป็นเพื่อประโยชน์สาธารณะเท่านั้น

(มาตรา 32) และกำหนดให้รัฐต้องจัดให้มีมาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการกระทำอันเป็นการละเมิดนั้น ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงลักษณะของการกระทำที่เป็น Fake News ถือได้ว่าเป็นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เช่น เป็น Satire or Parody ที่เสนอข่าวเสียดสีหรือล้อเลียน หรือ Misleading Content ที่เป็นการเนื้อหาที่มีการจงใจให้เข้าใจผิดเข้าใจง่ายหลอกให้ผู้อื่นทำการใดโดยการล่วงสิทธิของผู้อื่น เป็นต้น

สิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 แต่ยังไม่มียกเว้นบังคับใช้ เนื่องจากมีการขยายเวลาออกไปจนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565 โดย “พระราชกฤษฎีกากำหนดหน่วยงานและกิจการที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลไม่อยู่ภายใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 พ.ศ. 2563 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2564” ซึ่งยกเว้นไม่ให้นำบทบัญญัติบางส่วนของกฎหมายนี้มาใช้บังคับกับหน่วยงานหรือกิจการตามบัญชีท้ายพระราชกฤษฎีกา กฎหมายนี้จึงเป็นมาตรการที่นำมาใช้บังคับกับผู้ควบคุมและผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ที่จะต้องรับผิดชอบกรณีที่มีการจัดทำหรือเผยแพร่ Fake News ผ่านระบบของตน โดยหลอกล่อเสนอจะให้โปรโมชั่นส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ หรือเสนอให้สต็อกเกอร์ฟรีโดยมีเงื่อนไข หรือให้แชร์ข้อมูลนั้นต่อไปยังเพื่อน ๆ โดยเชิญชวนแบบบังคับให้เขาต้องกรอกข้อมูลส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ หรืออีเมล ดังปรากฏเป็นข่าวบ่อยครั้งที่ข้อมูลส่วนตัวของบุคคลไปปรากฏในที่ต่าง ๆ โดยที่เขาไม่เคยติดต่อกับกลุ่มบุคคลหรือผู้ขายสินค้าหรือบริการนั้น ๆ มาก่อนเลย ซึ่งเห็นได้ว่ายังคงมีการล่วงละเมิดในลักษณะนี้อยู่มาก

นอกจากนั้น การจัดทำหรือเสนอ Fake News ก่อให้เกิดความรับผิดชอบทั้งทางแพ่งและทางอาญาหากว่าเป็นการกระทำที่เข้าข่าย “การหมิ่นประมาท”



ซึ่งตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 326 กำหนดให้เป็นความผิดหากว่าได้กระทำการใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง และกำหนดอัตราโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และหากว่าการหมิ่นประมาททำผ่านสื่อรวมทั้งสื่อออนไลน์ จะถือเป็นการ “หมิ่นประมาทโดยการโฆษณา” ซึ่งมีโทษหนักขึ้นตามมาตรา 328 กฎหมายนี้จึงสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางกฎหมายเพื่อปกป้องชื่อเสียงจากการถูกใส่ร้าย หรือการโจมตีด้วยข้อกล่าวหาที่ไม่เป็นความจริง และที่ไม่ใช่การวิพากษ์วิจารณ์โดยสุจริต โดยเฉพาะในยุคที่ทุกคนมีพื้นที่แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การใส่ร้ายป้ายสีกันจะเกิดขึ้นในทางสาธารณะได้ง่ายและจำนวนมากขึ้น แต่หากว่าการจัดทำหรือเสนอ Fake News ที่ไม่เข้าข่ายหมิ่นประมาท โดยเป็นการกระทำเพื่อแกล้งบอกเล่าความเท็จให้แพร่หลายเลื่องลือจนทำให้ประชาชนตื่นตกใจ กรณีเช่นนี้ถือเป็นการผิดละเมิดโทษตามมาตรา 384 คือมีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ อย่างไรก็ตาม ความรับผิดชอบอาญาที่กฎหมายกำหนดไว้สำหรับการหมิ่นประมาทนี้ ในบางครั้งได้กลายเป็นเครื่องมือของคู่พิพาทที่มีอำนาจต่อรองมากกว่าในกระบวนการดำเนินคดี เนื่องจากคดีอาญาจะสร้างภาระให้แก่ผู้ต้องหาหรือจำเลยหลายประการ โดยเฉพาะหากศาลสั่งให้คุมขังในระหว่างพิจารณาคดี หรือหากให้ประกันตัวได้ ก็จะต้องมีภาระในการหาหลักทรัพย์มาประกันตัว เป็นต้น

การหมิ่นประมาทยังก่อให้เกิดความรับผิดชอบแพ่งได้ด้วย ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 423 ที่กำหนดให้ผู้กล่าวหาหรือไขข่าวแพร่หลายข้อความอันฝ่าฝืนต่อความจริง โดยประการที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียง เกียรติคุณ ทำมาหาได้ และความเจริญของบุคคลอื่นนั้น จะต้อง

รับผิดชอบใช้คำสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายอันเกิดแต่การนั้น รวมทั้งต้องทำให้ชื่อเสียงของผู้เสียหายกลับคืนดีดังเดิมด้วย ทั้งนี้ข้อความที่จะเป็นหมิ่นประมาทจะต้องมีลักษณะเป็นการฝ่าฝืนต่อความจริง กล่าวคือเป็นข้อความ/ภาพที่ผิดความจริง หรือเรื่องไม่จริงนั่นเอง หรือแม้ว่าจะไม่รู้ว่าเป็นข้อความนั้นไม่จริง แต่โดยพฤติการณ์แล้วควรจะได้แต่ทำไปโดยประมาทเลินเล่อ ก็ย่อมเป็นความผิดทางแพ่งได้เช่นกัน

นอกจากนั้น การจัดทำหรือเสนอ Fake News ที่มีลักษณะมุ่งหลอกลวงหรือตั้งใจจะโกง เพื่อมุ่งทำให้ผู้อื่นเสียหาย เช่น แก๊งคอลเซ็นเตอร์ ได้ใช้ Fake News หลอกลวงเหยื่อให้โอนเงินให้กับกลุ่มมิจฉาชีพ ผู้เสียหายที่รู้ไม่เท่าทันต้องสูญเสียเงินจำนวนมาก เช่นนี้ ก็อาจเข้าข่ายความรับผิด “ฐานฉ้อโกง” ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341 ที่ว่า “ผู้ใดโดยทุจริตหลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จหรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้ง และโดยการหลอกลวงดังวานั้นได้ไปซึ่งทรัพย์สินจากผู้ถูกหลอกลวงหรือบุคคลที่สาม หรือทำให้ผู้ถูกหลอกลวงหรือบุคคลที่สามทำ ถอน หรือทำลายเอกสารสิทธิ ผู้นั้นกระทำความผิดฐานฉ้อโกง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ” และหากว่าเป็นการกระทำโดยอาศัยความเบาปัญญาของผู้ถูกหลอกลวงซึ่งเป็นเด็กหรืออาศัยความอ่อนแอแห่งจิตของผู้ถูกหลอกลวง หรือหากเข้าข่ายฉ้อโกงประชาชน ก็ต้องระวางโทษหนักขึ้น คือจำคุกไม่เกินห้าปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 342 และ 343) โดยการกระทำความผิดฐานฉ้อโกงนี้ ยังมีความรับผิดทางแพ่งฐานละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งพาณิชย์มาตรา 420 ด้วย

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยสามารถนำมาตราการทางกฎหมายฐานทั้งทางแพ่งและอาญาออกมาใช้บังคับกับการกระทำความดังกล่าว แต่ยังพบว่า Fake news

ได้แพร่กระจายอยู่ในสังคมอย่างต่อเนื่องในวงกว้าง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะยังไม่มี การศึกษาอย่างจริงจังถึงระบบนิเวศของเนื้อหาทั้งในด้านประเภทที่แตกต่างกัน ของเนื้อหา แรงจูงใจของผู้สร้างเนื้อหา และวิธีการที่เนื้อหานั้นถูกนำออก เผยแพร่ และเพราะลักษณะของการจัดทำและเสนอ Fake News ส่วนใหญ่มี ลักษณะของการเผยแพร่ออนไลน์ ซึ่งเป็นการยากที่จะเข้าถึงตัวหรือจับกุมตัว ผู้กระทำความผิด โดยเฉพาะหากเป็น Fake News ที่ปล่อยออกมาจาก ต่างประเทศ จึงทำให้ปัญหาของ Fake News ยังคงมีอยู่มากขึ้นเรื่อย ๆ ใน สังคมไทย

นานาชาติต่างให้ความสำคัญกับการออกมาตรการทางกฎหมายออกมา ป้องกันและปราบปราม Fake News ดังเช่น สาธารณรัฐสิงคโปร์ได้ออก กฎหมายที่มีโทษรุนแรงต่อผู้จัดทำหรือเผยแพร่ Fake News โดยอาศัยกฎหมาย ที่ชื่อว่า The Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act 2019 (Singapore Statutes Online, 2022) กำหนดให้การเผยแพร่ข้อมูล เท็จบนโลกออนไลน์ที่อาจกระทบกับประโยชน์สาธารณะ ความสงบเรียบร้อย ของสังคมและความสัมพันธ์กับประเทศอื่น ต้องโทษปรับไม่เกิน 7.4 หมื่น ดอลลาร์ และจำคุกไม่เกิน 10 ปี และกำหนดให้แพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook หรือ Twitter ต้องจำกัดการเข้าถึงข้อมูลที่รัฐระบุว่าเป็นปลอมโดยเร็ว โดยต้องขึ้นข้อมูลที่ถูกต้องไว้อย่างไรก็ได้ และลบข้อมูลปลอมออกไป พร้อมกำหนด โทษปรับหรือจำคุกสำหรับการไม่ปฏิบัติตามคำสั่ง แต่กฎหมายนี้ถูกวิจารณ์ว่า ต้องการจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (Free Speech) ของประชาชน

ในทำนองเดียวกับสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่า ออกกฎหมาย Network Enforcement Act-NetzDG (Netzwerkdurchsetzungsgesetz) หรือ Law to Improve Law Enforcement in Social Networks 2017 and its

Amendment in 2021 (Federal Minister of Justice, 2021) อันเป็นการจำกัดเสรีภาพการแสดงความคิดเห็นของประชาชน โดยกฎหมายนี้มุ่งเน้นการกำกับเนื้อหาออนไลน์ที่เป็นเนื้อหาปลอม ภาพลามกอนาจารเด็ก ภาพเหตุการณ์รุนแรง เนื้อหาที่สร้างความเกลียดชัง และกำหนดให้บรรดาแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube, Twitter, Reddit, Tumbler/ VK และเว็บไซต์ต่าง ๆ ต้องทำการลบข้อมูลที่เหล่านั้นภายใน 24 ชั่วโมง มิฉะนั้นจะต้องโทษปรับสูงถึง 50 ล้านยูโร และจะต้องปิดกั้นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมไม่ให้ประชาชนเข้าถึงได้ (Schmitz, & Berndt, 2019) นอกจากนี้ Interstate Media Treaty หรือ MStV ซึ่งมีผลใช้บังคับวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2020 ยังกำหนดให้ผู้ประกอบการ Telemedia (แพลตฟอร์มและสื่อกลางออนไลน์) จะต้องตรวจสอบถึงความถูกต้องแท้จริงของข้อมูลก่อนแพร่เสียงหรือภาพออกไป และผู้ให้บริการออนไลน์ (Media Intermediaries) จะต้องเผยแพร่หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการควบคุมเนื้อหาของสื่อบนแพลตฟอร์มของตน และให้หน่วยงานกำกับดูแลของมลรัฐมีอำนาจทบทวนเกณฑ์ดังกล่าว ซึ่งหากมีการฝ่าฝืนกฎหมาย หน่วยงานกำกับดูแลของมลรัฐมีอำนาจในการกำหนดมาตรการและห้ามมิให้กระทำที่ฝ่าฝืนนั้น รวมทั้งสั่งปรับได้ไม่เกินกว่าห้าแสนยูโร ในทำนองเดียวกัน สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) ออกกฎหมายชื่อ “Network Act” (The Act on Promotion of Information and Communications Network Utilisation and Information Protection, etc.) โดยห้ามเสนอเนื้อหาผ่านโครงข่าย อันเป็นการผิดกฎหมาย ลามกอนาจาร หมิ่นประมาท หรือทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อเด็กและเยาวชนด้วย (Eun et al., 2022)

สหพันธรัฐมาเลเซียได้ออกกฎหมาย Anti-Fake News Act โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายฉุกเฉิน (The Emergency (Essential Powers 2.0)



Ordinance 2021) เพื่อต่อต้านข้อมูลบิดเบือนเกี่ยวกับเชื้อโรค Covid-19 โดยผู้กระทำความผิดหรือมีแนวโน้มว่าจะก่อให้เกิดความตื่นตระหนกของประชาชนหรือสาธารณะ ต้องรับโทษจำคุกสามปี หรือปรับ 100,000 ริงกิต หรือทั้งจำทั้งปรับ และหากยังคงทำความผิดอีก ก็จะถูกปรับสูงถึง 100,000 ริงกิต ต่อวัน รวมทั้งเอาผิดกับหน่วยงานหรือสถาบันใดที่สนับสนุนทางการเงินแก่ผู้กระทำความผิดต้องโทษจำคุกถึงหกปี หรือปรับสูงสุดไม่เกิน 500,000 ริงกิต หรือทั้งจำทั้งปรับ อย่างไรก็ตาม กฎหมายนี้ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าให้อำนาจแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจมากเกินไป และเป็นกฎหมายที่ทำลายหลักความยุติธรรมตามธรรมชาติและทำลายความสามารถของจำเลยในการได้รับการดำเนินคดีอย่างยุติธรรม (Ang, 2022)

สำหรับสหรัฐอเมริกาซึ่งถือเป็นประเทศที่ให้สิทธิเสรีภาพแก่ประชาชนในอันดับแรก ๆ ของโลก ยังได้ออกกฎหมาย The Communication Decency Act มาตรา 230 ให้อำนาจแก่แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตในการปิดกั้นหรือลบเนื้อหาไม่เหมาะสมหรือผิดกฎหมายหรือลามกอนาจาร ทำให้เกิดปัญหาว่าบทบัญญัติมาตรานี้เป็นการขัดกับหลักเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญหรือไม่ เพราะอาจเข้าข่ายเป็นการคุกคามเสรีภาพในการพูดและการเข้าถึงรหัส อีกทั้งการที่กฎหมายกำหนดว่าผู้ให้บริการไม่ต้องรับผิดชอบเนื้อหาที่ส่งมาโดยบุคคลอื่น และไม่ต้องบันทึกหรือเก็บรายการที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม แต่ให้ถือว่าผู้ที่ส่งเนื้อหามีความรับผิดชอบด้วยตนเอง จึงทำให้มีการเสนอให้ยกเลิกมาตรานี้ และมีความพยายามผลักดันการนำเอาร่างกฎหมายที่เคยเสนอและถูกล้มเลิกไปแล้วใน ปี ค.ศ. 2021 ให้นำกลับมาใช้ใหม่ คือ “Eliminating Abused and Rampant Neglect IT Bill” (EARN IT) ซึ่งกำหนดความรับผิดชอบของผู้ให้บริการในเนื้อหารายการที่ส่งผ่านระบบของตนโดยไม่มีมาตรการตรวจสอบก่อน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อกำหนดในร่างฯ ถูกมองว่าอาจ

ทำให้ความปลอดภัยสำหรับเด็กลดลง และขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชน รวมทั้งขัดต่อหลัก Freedom of Speech ตามรัฐธรรมนูญ จึงทำให้ยังไม่สามารถนำร่างฯ นี้ไปประกาศบังคับใช้เป็นกฎหมาย แต่ยังมี การเสนอร่างกฎหมาย Honest Ads Act (Congress.Gov., 2022) กำหนดหน้าที่แก่ผู้ให้บริการออนไลน์ (Internet Service Provider) ต้องเปิดเผยเนื้อหาที่เป็น การโฆษณาทางการเมือง และต้องร่วมมือกับภาครัฐในการกำหนดมาตรการป้องกันการแทรกแซงทางการเมืองของต่างชาติด้วย

ประเทศไทยได้ออกกฎหมายในทำนองเดียวกันนี้ไว้เช่นกัน โดยเฉพาะการออกอากาศไม่ว่าทางแพร่เสียงหรือภาพในช่องทางวิทยุ หรือโทรทัศน์จะถูกควบคุมเนื้อหารายการที่มีเนื้อหาที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อการให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง ตามมาตรา 37 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งสำนักงาน กสทช. ทำการตรวจสอบและแก้ไขข่าวปลอมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเปิดช่องทางสำหรับประชาชนแจ้งและร้องเรียนเรื่องข่าวปลอมไว้

นอกจากนั้นยังกำหนดให้การจัดทำหรือเผยแพร่ Fake News เป็นความรับผิดชอบการทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2560 ซึ่งกำหนดความรับผิดชอบสำหรับการทำความผิดไว้หลายประการ เช่น การสแปม (Spam) ที่มีการส่งข้อความ SMS หรืออีเมลโฆษณาอันมีลักษณะก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับ และไม่

เปิดโอกาสให้ผู้รับสามารถบอกเลิกหรือปฏิเสธข้อมูลนั้นได้ มีโทษปรับไม่เกิน 200,000 บาท (มาตรา 11 วรรคสอง) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกระทำโดยทุจริต หรือโดยหลอกลวง นำข้อมูลอันเป็นเท็จเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ (ซึ่งรวมถึงระบบอินเทอร์เน็ตด้วย) โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นมีลักษณะลามกและประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ หรือเป็นผู้ที่เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดดังกล่าว (มาตรา 14) ซึ่งหากผู้ใดได้รับข้อมูลลักษณะนี้มา แล้วทำการแชร์ต่อโดยรู้อยู่แล้วว่าข้อมูลนั้นเป็นเท็จ จะต้องรับโทษเช่นเดียวกับผู้ส่งข้อมูลมาให้ตนด้วย (มาตรา 14 (5))

เพื่อป้องกันมิให้ข้อมูลเท็จมีการแพร่กระจายออกไป กฎหมายจึงกำหนดมาตรการให้พนักงานเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการดำเนินการระงับหรือลบข้อมูลนั้นได้ โดย “ประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง หลักเกณฑ์ ระยะเวลาและวิธีการปฏิบัติสำหรับการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ของพนักงานเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการ พ.ศ. 2560” กำหนดว่าให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมีอำนาจสร้างระบบการแจ้งเตือนให้ลบเนื้อหา (Notice and Take Down) สำหรับผู้ใช้บริการที่ได้อัปโหลดเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย โดยเนื้อหาที่มีความผิดตามมาตรา 14 (1) ข้อมูลบิดเบือน จะต้องถูกลบภายใน 7 นับแต่วันที่มีการร้องทุกข์ ส่วนเนื้อหาที่มีความผิดตามมาตรา 14 (2) และ (3) ข้อมูลที่เป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติ จะต้องถูกลบภายใน 24 ชั่วโมงนับแต่วันที่มีการร้องทุกข์ และเนื้อหาที่มีความผิดตามมาตรา 14 (4)

ข้อมูลลามกอนาจาร จะต้องถูกลบภายใน 3 วันนับแต่วันที่มีการร้องทุกข์ ซึ่งมีข้อสังเกตว่ากิจกรรม Notice and Take Down นี้ ศาลไม่มีบทบาทในช่วงเวลานี้เลย เป็นบทบาทของผู้ให้บริการออนไลน์กับเจ้าหน้าที่ตำรวจตามกฎหมายนี้เท่านั้น จึงอาจเป็นการเปิดทางให้มีการกลั่นแกล้งกันได้โดยง่าย หรืออาจเป็นการสร้างแรงกดดันให้แก่ผู้ให้บริการออนไลน์ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายนี้ อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้ตีความมาตรา 14 ของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติมถึงขอบเขตของเนื้อหาที่เข้าข่ายกระทบต่อความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกของประชาชน แล้วผู้ให้บริการฯ ตัดสินใจทำการ Notice and Take Down ได้ นอกจากนั้นประกาศฯ ฉบับนี้ ก็ไม่ได้กำหนดรูปแบบและวิธีการของการโต้แย้งการ Notice and Take Down ของผู้ให้บริการไว้ให้ชัดเจน จึงอาจทำให้เจ้าของข้อมูลเกิดความเสียหายเปรียบหรือเสียหายได้หากต้องรอให้เนื้อหาของตนออกเผยแพร่อีก

นอกจากการจัดทำหรือนำเสนอ Fake News จะมีความผิดตามกฎหมายในกรณีปกติแล้ว ในสภาวะที่บ้านเมืองมีการระบาดของโรค Covid-19 ปรากฏว่ามีการจัดทำหรือเผยแพร่ Fake News ออกมาเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความตื่นตระหนกและหวาดกลัว และเข้าใจผิดในสาระสำคัญของการแพร่กระจายของเชื้อโรคและการฉีดวัคซีน นายกรัฐมนตรีจึงได้ประกาศข้อกำหนดซึ่งออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 29) มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 โดยห้ามเสนอข่าวที่มีเจตนาบิดเบือนข้อมูลข่าวสารทำให้ประชาชนหวาดกลัว หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิด จนกระทบต่อความมั่นคงหรือความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนในเขตพื้นที่ที่ประกาศ



สถานการณ์ฉุกเฉิน (ข้อ 1) และกำหนดมาตรการให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมมีหน้าที่ตรวจสอบข้อความหรือข่าวสารนั้นว่าถึงแหล่งที่มาของเลขที่อยู่ไอพี (IP address) หากเป็นไอพีที่ตนเป็นผู้ให้บริการต้องระงับการให้บริการอินเทอร์เน็ตนั้นทันที จากนั้น ให้สำนักงาน กสทช. แจ้งให้สำนักงานตำรวจแห่งชาติดำเนินคดีต่อไป และหากผู้รับใบอนุญาตไม่ปฏิบัติตามให้ถือว่าไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้สำนักงาน กสทช. ดำเนินการตามกฎหมายต่อผู้รับใบอนุญาตด้วย (ข้อ 2) ซึ่งมาตรการออกกฎหมายมาต่อต้าน Fake News ในช่วงที่มีการระบาดของ Covid-19 นี้ หลายประเทศได้นำมาใช้ในทำนองเดียวกัน ดังที่ International Press Institute: IPI (2020) ระบุว่า ไม่น้อยกว่า 17 ประเทศ ที่ได้ผ่านกฎหมายต่อต้าน Fake News ออกมา ซึ่งหนึ่งในนั้นรวมทั้งประเทศไทยด้วย

ปัญหาสำคัญของสังคมไทย คือ มีการใช้แอปพลิเคชันเครือข่ายออนไลน์ เช่น Facebook หรือ Line หรือ Instagram ส่งต่อหรือการแชร์ (Share) ข้อมูลอันเป็นเท็จดังกล่าว เมื่อได้รับข้อมูลมาและเห็นว่าน่าสนใจ ก็มักจะทำการแชร์ข้อมูลออกไป โดยไม่ได้ใส่ใจในการสืบค้นว่าข้อมูลนั้นเป็น Fake News หรือไม่ จึงมักจะพบเห็นการกระทำในลักษณะนี้อยู่อย่างต่อเนื่อง ส่วนผู้แชร์เองก็ไม่ทราบว่าเป็นการกระทำผิดกฎหมายอยู่ ซึ่งคนในลักษณะเช่นว่านี้ก็มีจำนวนมากอยู่ในสังคมไทยด้วย โดยเฉพาะหากมีการแชร์ข้อมูลที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่นที่เกิดจากการสร้างขึ้น ดัดต่อ เติม หรือดัดแปลง โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้น เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย หรือถ้าได้กระทำต่อภาพของผู้ตาย และน่าจะทำให้บิดา มารดา คู่สมรส

หรือบุตรของผู้ตายเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ผู้แชร์อาจมีความผิดตามมาตรา 16

มีข้อสังเกตว่า กฎหมายนี้ได้ให้อำนาจเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการตรวจสอบและเข้าถึงพยานหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดหรือเพื่อสืบหาตัวผู้กระทำความผิดหรือผู้สั่งการ หรือแม้กระทั่งการถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และกำหนดโทษทางอาญาสำหรับผู้ฝ่าฝืนคำสั่งของเจ้าพนักงานด้วย (มาตรา 18, 20 และ 27) หรือโดยคำสั่งศาลให้ ระงับการใช้ ทำลาย หรือแก้ไขข้อมูลที่เป็นความผิด (มาตรา 21) และได้กำหนดบทลงโทษอย่างหนักไว้ แต่ปัญหา Fake News ยังคงมีอยู่อย่างมากในระบบออนไลน์ โดยเฉพาะเมื่อมีการนำมาตรการเซ็นเซอร์ หรือมาตรการ Notice and Take Down มาใช้อย่างไม่ชัดเจนเป็นมาตรฐาน หากมองในแง่ที่ว่า การจำกัดเสรีภาพในการแสดงออกที่ต้องมีขึ้นโดยกฎหมายและได้รับการพิสูจน์แล้วว่าเป็นความจำเป็นและเป็นวิธีการที่จำกัดน้อยที่สุดในการบรรลุเป้าหมาย และหากเป็นการบิดเบือนข้อมูลที่ผิดกฎหมาย ควรได้รับการพิสูจน์ก่อนที่จะพิจารณาว่าการกรองหรือการปิดกั้นนั้นเหมาะสม จึงทำให้เพิ่มความกังขาแก่สังคมถึงความโปร่งใสในการดำเนินการหรือเพื่อประโยชน์ทางการเมืองเท่านั้น และทำให้เห็นได้ว่ามาตรการทางกฎหมายโดยรัฐบาลเข้ามาควบคุมเนื้อหาในโลกออนไลน์นั้นไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

นอกเหนือจากมาตรการทางกฎหมายที่นำมาใช้บังคับกับกรณี Fake News มาตรการสำคัญที่นานาชาติเห็นว่าเป็นประโยชน์ คือการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) โดยเห็นว่าเป็นความจำเป็นต้องสร้างความตื่นรู้และรู้เท่าทันในข้อมูลทั้งหลายที่แพร่กระจายในอินเทอร์เน็ต และเห็นว่าทุกภาคส่วนต้องเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุก

เพศ ทุกวัย และทุกสภาพแวดล้อมได้รู้เท่าทันสื่อ ซึ่งหมายถึงการเข้าถึงสื่ออย่าง รู้จักและเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อได้อย่างถูกต้อง โดยมีความคิด สติปัญญา และทักษะ ความสามารถในการแยกแยะวิเคราะห์ถึงความถูกต้องของเนื้อหา ความสามารถอธิบายหรือความเข้าใจในความหมายที่แท้จริงของสื่อ รวมทั้ง ความสามารถในการประเมินผลกระทบของเนื้อหาในสื่อที่มีต่อตนหรือผู้อื่น ภายใต้หลักสามัญสำนึกและหลักความเป็นเหตุเป็นผล

Media Literacy Index (2021) เป็นดัชนีความรู้เท่าทันสื่อซึ่งจัดทำ โดย European Policies Initiative (EuPI) ของ Open Society Institute-Sofia ซึ่งจากการสำรวจข่าวปลอมใน 35 ประเทศในทวีปยุโรป พบว่า การ แก้ปัญหาข่าวปลอมที่ดีที่สุดคือการใช้มาตรการต่อต้านเหมือนการฉีดวัคซีน (As a Vaccination) สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้เสพข่าว (Lessenski, 2021, p. 3, 12) ด้วย นอกจากนี้ ผลการสำรวจยังพบว่า 5 ประเทศอันดับต้น คือ ฟินแลนด์ เดนมาร์ก เอสโตเนีย สวีเดน และไอร์แลนด์ มีศักยภาพสูงสุดในการต่อสู้กับ ผลกระทบด้านลบของข่าวปลอม อันเนื่องมาจากคุณภาพการศึกษาและการมี เสรีภาพของสื่อ โดยฟินแลนด์ใช้ระบบการศึกษามาต่อสู้กับ Fake News จัดการ เรียนการสอนให้มีการคิดวิเคราะห์ พร้อมนำตัวอย่างข่าวปลอมมาทำการศึกษา เฉพาะกรณี (Case Study) มีคู่มือและแบบฝึกหัดให้มีการเรียนรู้เรื่อง Clickbait ทำให้เห็นถึงผลกระทบของข่าวปลอมในเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ ยังใช้วิธีการ สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตรวจสอบข่าวปลอมด้วย รวมทั้งรณรงค์ให้เด็กออกมาตอบโต้กระแสข่าวปลอมด้วย (The Law Library of Congress, 2019, p. 3) ในขณะที่ 5 ประเทศ คือ มาซิโดเนียเหนือ บอสเนีย และเฮอร์เซโกวีนา แอลเบเนีย มอนเตเนโกร และตุรกี เป็นกลุ่มตรงกันข้ามคือมี ศักยภาพต่ำในการจัดการกับผลกระทบของข่าวปลอม โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

ความมีประสิทธิภาพต่ำในด้านเสรีภาพของสื่อและด้านการศึกษา (Lessenski, 2021, p. 6)

การสร้างความรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องที่ดีและน่าสนใจ ซึ่ง Netflix เคยเผยแพร่ภาพยนตร์เรื่องหนึ่งชื่อ Clickbait ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงของ Clickbait และผลกระทบที่ไม่อาจประเมินได้ ในเนื้อเรื่องคนร้ายจับตัวชายคนหนึ่งโดยเข้าใจผิดว่าเป็นคนที่ทำให้น้องสาวเสียใจแล้วฆ่าตัวตาย คนร้ายให้ชายคนนั้นถือป้ายมีข้อความทำนองว่า “ผมทำร้ายผู้หญิง” “ผมฆ่าผู้หญิง” และ “ผมจะต้องตายหากมีการเปิดชมถึง 5 ล้านวิว (Views)” ซึ่งปรากฏว่ามีผู้คนเข้าไปดูพร้อมกับด่าและسابแข้งให้ชายคนนั้นตาย ๆ ไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมได้ตัดสินใจที่เห็นโดยไม่ได้มีการไตร่ตรองหรือตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ปรากฏให้แน่นอนก่อนว่าเรื่องจริงเป็นอย่างไร ซึ่งผลกระทบไม่ได้เกิดเพียงแค่ชายคนดังกล่าว แต่กระทบไปถึงคนในครอบครัวทุกคนที่ถูกตั้งข้อรังเกียจและถูกประณามด้วย

ด้วยเหตุนี้ นอกจากมาตรการทางกฎหมายแล้ว รัฐควรมีบทบาทในการสร้างกลไกหรือแรงจูงใจให้ทุกฝ่ายมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงและตอบโต้ข่าวลวงด้วยการสร้างเว็บไซต์เพื่อให้ตรวจสอบ (Fact-Checking Website) โดยต้องมองเรื่องการศึกษาเป็นกุญแจสำคัญในการจัดผลกระทบของ Fake news โดยเฉพาะต้องสร้างความรู้เท่าทันสื่อ ให้ผู้เสพข่าวต้องใช้วิจารณญาณซึ่งเป็นที่ทักษะที่จำเป็นในการท่องอินเทอร์เน็ตด้วย ซึ่งรวมถึงเด็กที่ต้องได้รับการพัฒนาความคิดเชิงวิพากษ์ และได้รับการคุ้มครองเพื่อให้รู้เท่าทันสื่อต่าง ๆ ด้วย

ทั้งนี้ กระทรวงศึกษาธิการถือเป็นตัวอย่างของหน่วยงานรัฐที่สำคัญในเรื่องการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ โดยได้ออกประกาศเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2563 เรื่อง มาตรการแก้ไขป้องกันปัญหาข่าวปลอม (Fake News) โดยกำหนด

มาตรการต่าง ๆ ทั้งในการแก้ไขและการป้องกันปัญหาข่าวปลอม เช่น การจัดตั้งหน่วยงานต่อต้านข่าวปลอม กระทรวงศึกษาธิการ จัดตั้งหน่วยงานต่อต้านข่าวปลอมในระดับส่วนราชการ ในสังกัดและหน่วยงานในกำกับกระทรวงศึกษาธิการ และหน่วยงานต่อต้านข่าวปลอมของสำนักงาน กศน. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน และสำนักงาน ก.ค.ศ. เปิดช่องทางรับเรื่องร้องเรียนหรือรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวปลอม นำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสมัยเพื่อนำมาใช้ในการตอบโต้และต่อต้านข่าวปลอม โดยเฉพาะกำหนดทุกส่วนราชการในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการและหน่วยงานในกำกับของกระทรวงศึกษาธิการ และสถานศึกษาในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ สร้างความตระหนักรู้ถึงผลกระทบต่อข่าวปลอม แก่ผู้เรียน บุคลากร ชุมชนในพื้นที่ ด้วยช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ (<https://www.antifakenewscenter.com/>) นอกจากนี้ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ก็เป็นหน่วยงานสำคัญที่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทักษะในการรู้เท่าทันสื่อของเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป โดยเน้นย้ำว่าการสร้างความรู้เท่าทันสื่อยังเป็นการสร้างวัคซีนทางปัญญาให้กับสังคม (Promoting Wisdom Vaccine for Society) (Srisooksai, 2022, pp. 1-22)

บทสรุป

การต่อสู้กับ Fake News โดยใช้มาตรการทางกฎหมายและมาตรการสร้างการรู้เท่าทันสื่อ ถือว่าเป็นเครื่องมือที่เหมาะสม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมืออย่างจริงจังจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม โดยภาครัฐจะต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มแข็งมีประสิทธิภาพและ



ประสิทธิผล ตามหลักนิติธรรม โดยเฉพาะจะต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติ (Non-Discrimination) ต้องโปร่งใส (Transparency) และสอบทานได้ (Accountability) ในขณะที่ภาคเอกชน โดยเฉพาะบรรดาผู้ให้บริการแพลตฟอร์มทั้งหลาย จะต้องให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ด้วยการร่วมมือกับภาครัฐและภาคประชาชนอย่างจริงจัง ในการตรวจสอบและควบคุมให้มีการนำเสนอหรือเผยแพร่ Fake News ผ่านแพลตฟอร์มของตน ซึ่งต้องกระทำอย่างจริงจังเป็นระบบโดยไม่เลือกปฏิบัติ โดยเฉพาะต้องไม่ใช้อำนาจในทางที่มิชอบด้วยการเซ็นเซอร์เนื้อหา ซึ่งอาจเป็นประเด็นด้านขัดต่อรัฐธรรมนูญเรื่องสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น รวมทั้งต้องไม่ใช้อำนาจเป็นเครื่องมือทางการเมืองในการปิดกั้นข่าวสารที่แท้จริงหรือข่าวสารที่ฝ่ายการเมืองต้องการให้ปกปิดเพื่อประโยชน์ของฝ่ายตน

นอกจากนั้น ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ต้องร่วมกันสร้างให้คนในสังคมทุกกลุ่มทุกเพศทุกวัย ต้องรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะจะต้องหาแนวทางในการสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่าย (Multi-Stakeholder) ให้ณรงค์ ดำเนินการ ส่งเสริม และสนับสนุนในทุกด้านเพื่อก่อให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อของทุกภาคส่วน รวมทั้งณรงค์ให้ช่วยกันตรวจสอบที่มาและความถูกต้องของข้อมูลที่เผยแพร่ไปยังสาธารณะด้วย โดยสร้างคุณภาพทางสังคม ทางเทคนิค และทางกฎหมายให้เหมาะสมเพื่อลดแนวโน้มของการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารให้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

Aldwairi, M., Alwahedi, A. (2018). Procedia computer science, detecting fake news in social media networksp. In 215 The



- 9th International Conference on Emerging Ubiquitous Systems and Pervasive Networks (EUSPN 2018)* Retrieved March 16, 2022, from <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.171>
- Ang., T. (2022). *Malaysia government uses emergency powers to enforce anti fake-news law*. Retrieved May 2, 2022 from <https://www.jurist.org/news/2021/03/malaysia-government-uses-emergency-powers-to-enforce-anti-fake-news-law/>
- Anti-Fake News Center Thailand. (2022) *Anti-Fake News*, retrieved April 13, 2022, from <https://www.antifakenewscenter.com/>
- CiTS. (2022). *What is Fake News*. Retrieves April 2, 2022, from <https://www.cits.ucsb.edu/fake-news/what-is-fake-news>
- Congress.Gov. (2022). *S.1356-Honest Ads Act*. Retrieved May1, 2022 from <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/1356/text>
- Eun, J. H. et al. (2022). *The media and entertainment law review: South Korea*. Retrieved April 21, 2022 from <https://thelawreviews.co.uk/title/the-media-and-entertainment-law-review/south-korea>
- European Commission. (2018). *Code of practice on disinformation*. Retrieved April 6, 2022 from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

- Facebook. (2019). *Facebook report: “Digital literacy library”*. Retrieved April 5, 2022 from <https://www.facebook.com/safety/educators>
- Facebook. (2019). *Facebook reports on implementation of the code of practice on disinformation: April report* (Brussels: European Commission, 2019). Retrieved April 6, 2022 from https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=59225
- Federal Minister of Justice. (2021). *Rules against hate on the internet-the network enforcement act*. Retrieved May 3, 2022 from https://www.bmj.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_node.html
- Google. (2019). *EC action plan on disinformation: Google march report* (Brussels: European Commission, 2019). Retrieved from https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=58804
- International Press Institute. (2020). *Rush to pass ‘fake news’ laws during Covid-19 intensifying global media freedom challenges*. Retrieved April 22, 2022 from <https://ipi.media/rush-to-pass-fake-news-laws-during-covid-19-intensifying-global-media-freedom-challenges/>
- Lessenski. M. (2021). *Media literacy index 2021 double trouble: Resilience to fake news at the time of Covid-19 infodemic*.

- Retrieved April 12, 2022, from http://osis.bg/wp-content/uploads/2021/03/MediaLiteracyIndex2021_ENG.pdf
- PolitiFact. (2021). *PolitiFact's top 10 fact-checks of 2021*. Retrieved April 17, 2022 from <https://www.politifact.com/article/2021/dec/21/politifacts-top-10-fact-checks-2021/>
- Singapore Statutes Online. (2022). *Protection from online falsehoods and manipulation Act 2019*. Retrieved April 20, 2022, from <https://sso.agc.gov.sg/Acts-Supp/18-2019/Published/20190625?DocDate%3D20190625>
- Schmitz, S., & Berndt, C. M. (2019). *The german act on improving law enforcement on social networks (NetzDG): A blunt sword?* Retrieved May1, 2022 from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3306964
- Srisooksai, D. (2022). *Media literacy: Promoting wisdom vaccine for society*. *Thai Media Fund Journal*, 1(1), 1-21.
- The Law Library of Congress. (2019). *Initiatives to counter fake news in selected countries*. Retrieved April 14, 2022, from <https://irp.fas.org/eprint/lloc-fake-news.pdf>
- Twitter. (2019). *Twitter progress report: Code of practice against disinformation* (Brussels: European Commission, 2019). Retrieved April 6, 2022 from http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2019-5/twitter_progress_report_on_code_of_practice_on_disinfor

mation_CF162219-992A-B56C-06126A9E7612E13D_
56993.pdf

Verbruggen, Y. (2021). *Fake news*. Retrieves April 14, 2022, from
[https://www.ibanet.org/article/0adbdb24-c0c2-4cc8-bef8-
e9b172dcf12a](https://www.ibanet.org/article/0adbdb24-c0c2-4cc8-bef8-e9b172dcf12a)

Wardle, C. (2017). *Fake news. It's complicated*. Retrieved March 15,
2022, from [https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-
complicated/](https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/)

Wakefield, J. (2022). *Deepfake presidents used in Russia-Ukraine
war*. Retrieved from [https://www.bbc.com/news/
technology-60780142](https://www.bbc.com/news/technology-60780142)

บทความพิเศษ

นักสร้างสรรค์เนื้อหาทางเพศรุ่นใหม่ กับไซเบอร์เซ็กส์ จุดเปลี่ยนเพศวิถีในสังคมไทย

A new generation of sexual content creators. with
cybersex Changing point of sexuality in Thai society

อุษา บิ๊กกินส์¹

Ousa Biggins²

Received 9 september 2022

Revises 28 September 2021

Accepted 30 September 2022

บทนำ

ไซเบอร์เซ็กส์ (Cybersex) ช่วยสร้างประสบการณ์ทางเพศทั้งทางร่างกายและจิตใจ ไซเบอร์เซ็กส์ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ เนื้อหาทางเพศบนอินเทอร์เน็ต ไซเบอร์เซ็กส์แบบข้อความ (Text Cybersex) ไซเบอร์เซ็กส์บนเว็บแคม (Webcam Cybersex) และไซเบอร์เซ็กส์ทอย (Cyber-Sextoy)

OnlyFans เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาหลากหลาย มีพื้นที่สำหรับอัปโหลดรูปภาพและวิดีโอ เปิดให้สมัครสมาชิก โดยมีค่าใช้จ่ายในการรับชมเนื้อหาเฉพาะบัญชีผู้ใช้ที่สนใจ จากคุณลักษณะดังกล่าวทำให้ OnlyFans ได้รับความนิยมและ

¹ รองศาสตราจารย์ ดร.คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² 2 Assoc.Dr. School of Communication Art and Management Innovation ,NIDA

มีผู้สนใจผลิตคอนเทนต์ทุกประเภท ในยุคเทคโนโลยีพลิกผัน (Technology Disruption) คนสามารถผลิตสื่อและเผยแพร่ทางออนไลน์ได้ด้วยตนเอง จึงมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น เป็นนักสร้างสรรค์เนื้อหาทางเพศ (Sexual Content Creator) ที่สามารถผลิตเนื้อหาทางเพศเผยแพร่ทาง OnlyFans เพื่อหารายได้พิเศษ โดยหากผลิตเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคนติดตามก็จะทำรายได้ให้อย่างมาก จนไม่ต้องพึ่งงานประจำ

อย่างไรก็ตามผู้ใช้โซเชียลมีเดีย มีข้อพึงระวังถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตนเองและครอบครัว สำหรับผู้ส่งภาพและคลิปลามกจะเกิดผลสำคัญที่เกิดขึ้นกับตนเองและครอบครัว ได้แก่ สูญเสียการนับถือตนเอง ขาดความภาคภูมิใจในตนเอง และนอกจากนี้คลิปที่แชร์ผ่านทางโลกออนไลน์ ถือเป็นการทิ้งร่องรอยดิจิทัล (Digital Footprint)

ดังนั้น การสร้างภูมิคุ้มกันทางเพศให้กับเด็กและเยาวชน มี 3 เรื่องที่สำคัญคือการให้ความรู้เรื่องเพศศึกษา (Sexual Health Education) ส่งเสริมรู้เท่าทันสื่อทางเพศ (Sexual Media Literacy) และส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อทางเพศ (Sexual Media Literacy)

ปัจจุบัน การใช้โซเชียลมีเดีย เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในสังคมไทยและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามเทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวไกล สามารถติดต่อกันได้หลายแพลตฟอร์ม โซเชียลมีเดีย (Cybersex) เป็นกิจกรรมและประสบการณ์ทางเพศที่ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางหรือที่เราเรียกว่า กิจกรรมทางเพศเสมือน (Virtual Sex) ซึ่งผู้เข้าร่วมไม่ได้มีกิจกรรมทางเพศทางกายภาพจริง ๆ การสำเร็จความใคร่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้โซเชียลมีเดียได้ตอบสนองความต้องการทางเพศอย่างสมบูรณ์

ไซเบอร์เซ็กส์ ช่วยสร้างประสบการณ์ทางเพศทั้งทางร่างกายและจิตใจ ประสบการณ์ที่ได้จากไซเบอร์เซ็กส์ (Cybersex) แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ประสบการณ์ทางจิตวิทยา (Psychological Experience) เป็นความรู้สึกพึงพอใจทางเพศที่เกิดจากการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องเซ็กส์ และการใช้เว็บแคม (Webcam) โดยไม่ต้องมีประสบการณ์ทางร่างกายแต่อย่างใด และ ประสบการณ์ทางร่างกาย (Physical Experience) เป็นความรู้สึกพึงพอใจทางเพศที่เกิดจากกิจกรรมที่กระทำต่อร่างกาย เช่น การสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง หลังจากดูคลิป หรือการใช้เซ็กส์ทอย (Sextoy) เป็นต้น

ไซเบอร์เซ็กส์ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. เนื้อหาทางเพศบนอินเทอร์เน็ต มีลักษณะเป็นรูปโป๊ คลิปวิดีโอ ซึ่งมีเรื่องราวแนวอีโรติก (Erotic Story) มีทั้งที่รับชมฟรีและจ่ายค่าสมาชิกแบบตามความต้องการ (On-Demand)

2. ไซเบอร์เซ็กส์แบบข้อความ (Text Cybersex) เป็นการสนทนากันใช้คำที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ มีลักษณะแบบโต้ตอบกัน (Interactive) และแบบเรียลไทม์ (Real-Time) เป็นการใช้ตัวหนังสือ ไม่มีภาพและเสียง ใช้จินตนาการทางเพศ เป็นประสบการณ์ทางเพศแบบจิตวิทยา (Psychological Experience) และอาจเป็นแบบกายภาพ (Physical Experience) ได้เช่นกัน หากมีการพิมพ์ข้อความโต้ตอบกัน และสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง คู่สนทนาอาจเป็นคู่รักหรือคนแปลกหน้าก็ได้ Sexting เป็นการใช้ข้อความพูดคุยเรื่องทางเพศ เป็นการส่ง รับและส่งต่อข้อความทางเพศอย่างเปิดเผย รูปภาพ หรือวิดีโอระหว่างโทรศัพท์มือถือของฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง หรือการใช้คอมพิวเตอร์และกิจกรรมอื่น ๆ พิมพ์ข้อความหากันทั้งในเชิงยั่ววน ปลุกเร้า

หรือร่วมเพศเสมือน ผ่านสื่อภาษาและตัวอักษร เป็นการขยับความสัมพันธ์ให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น ด้วยวิธีการเกี้ยวพาราสี (Courtship)

3. ไชเบอร์เซ็กส์บนเว็บแคม (Webcam Cybersex) เป็นการรับชมการแสดงทางเพศ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ มีปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์ (Real Time) ภายใต้อาคารต่าง ๆ บางครั้งมีเพศสัมพันธ์กับคูรักของตนผ่านทางเว็บแคม บางครั้งอวดเรือนร่างของตนผ่านเว็บแคม ผู้ชมเป็นทั้งคูรัก คนรู้จักหรือคนแปลกหน้าก็ได้ มีทั้งที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายและเสียค่าใช้จ่าย

4. ไชเบอร์เซ็กส์ทอย (Cyber-Sextoy) เป็นการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ทางเพศ (Sextoy) เช่น อุปกรณ์ทางเพศมีลักษณะเหมือนอวัยวะเพศชาย หรือเหมือนอวัยวะเพศหญิง หรือ หน้าอก ปาก เป็นต้น เป็น ซึ่งทั้งสองฝ่ายใช้เซ็กส์ทอยเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่มีกิจกรรมทางเพศทางกายภาพต่อกัน (Rangsanviwatt, n.d.)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องไชเบอร์เซ็กส์นั้นได้มีผู้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างไชเบอร์เซ็กส์กับทัศนคติทางเพศของวัยรุ่น โดยพบว่า กลุ่มวัยรุ่น ใช้ค้นหาทางสื่อสังคมออนไลน์ กูเกิ้ล (Google) สนใจเรื่องกิจกรรมทางเพศ และค้นหาที่บ้านของตนเองในตอนดึก ผลที่เกิดขึ้นตามมาคือช่วยปลุกอารมณ์ทางเพศ สำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง หรือมีเพศสัมพันธ์กับคูรัก กลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติเกี่ยวกับ การอยู่กินกันแบบไม่แต่งงาน และการเสียตัวครั้งแรกเป็นเรื่องธรรมดา ส่วนความบริสุทธิ์ของผู้หญิงไม่ใช่เรื่องสำคัญเสมอไป

Biggins (2012) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ไชเบอร์เซ็กส์กับทัศนคติทางเพศของวัยรุ่น” จากการศึกษาแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แจกแบบสอบถามให้กับวัยรุ่นตอนปลายอายุระหว่าง 18-21

ปี ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 438 คน และสนทนากลุ่มวัยรุ่นที่ใช้ไซเบอร์เซ็กส์ที่มีอายุระหว่าง 18-21 ปี จำนวน 12 คน โดยแบ่งเป็นวัยรุ่นชาย 6 คนและวัยรุ่นหญิง 6 คน จากผลการวิจัยพบว่า

ช่องทางการสื่อสารเนื้อหาทางเพศของวัยรุ่นผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาเรื่องทางเพศผ่านช่องทาง Google ค้นหาเนื้อหาทางเพศแบบภาพโป๊มากที่สุด สื่อสารโต้ตอบผ่าน MSN โดยการสนทนากันทางช่องทาง Chat คบหาเป็นเพื่อนสื่อสารสนทนาผ่าน Camfrog ทางห้องใช้ Password 100 จอ และเว็บ 4 Shared

พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น

กลุ่มตัวอย่างได้พูดเกี่ยวกับเซ็กส์หรือกิจกรรมทางเพศมากที่สุด ค้นหาเรื่องทางเพศ ในปริมาณความถี่มากที่สุดที่ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันในการค้นหาเรื่องเพศมากที่สุดน้อยกว่า 2 ชั่วโมง ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาเรื่องทางเพศมากที่สุดในช่วงกลางดึก ค้นหาเรื่องทางเพศมากที่สุดที่บ้านตนเอง สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาทางเพศมากที่สุด เพราะอยากรู้อยากเห็น มีพฤติกรรมการสื่อสารเรื่องเพศทางสื่อออนไลน์มากที่สุดในการเข้าชมภาพโป๊ ภาพเปลือย และภาพการมีเพศสัมพันธ์

กลุ่มวัยรุ่นชายเป็นดีเจ มีการดูโชว์ คุยกัน แลกกันโชว์และนัดพบกัน สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านในห้องนอน หอพัก และโรงเรียน เมื่อเล่นแล้วปลุกอารมณ์ทางเพศ ความสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง มีเพศสัมพันธ์กับคูรัก ส่วนกลุ่มวัยรุ่นหญิงสนใจชมการมีเพศสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านในห้องนอน หอพัก และโรงเรียน ผลจากการเปิดรับทำให้รู้

เทคนิค รู้สึกผ่อนคลาย มีเพศสัมพันธ์กับคู่อรัก และบางคนที่ไม่มีความรักก็รู้สึก
เครียด

**ทัศนคติทางเพศของวัยรุ่นที่เปิดรับเนื้อหาทางเพศผ่านสื่อ
อินเทอร์เน็ต** กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การอยู่กินกันแบบไม่แต่งงาน กลุ่มวัยรุ่นชาย
คิดว่าเป็นเรื่องธรรมดา ส่วนกลุ่มวัยรุ่นหญิงคิดว่าเรื่องการแต่งงานเป็นเรื่องที่
ผู้ใหญ่เห็นว่า สำคัญและอยากให้ทำถูกต้องตามประเพณี แต่สำหรับวัยรุ่นแล้ว
ควรคบหากันก่อนจะแต่งงานกัน การเสียตัวครั้งแรก ส่วนใหญ่กลุ่มวัยรุ่นหญิงที่
ร่วมสนทนากลุ่ม เคยเสียตัวกับผู้ชายและบางคนเคยมีความสัมพันธ์ทางเพศกับ
ผู้หญิงที่เป็นคู่อรักกัน ความบริสุทธิ์ของผู้หญิง ส่วนใหญ่เห็นว่าความบริสุทธิ์ของ
ผู้หญิงเป็นเรื่องสำคัญ แต่บางคนก็คิดว่าไม่สำคัญเพราะคู่อรักยอมรับได้

สำหรับการเปิดรับสื่อออนไลน์แบบเซ็กซ์ติ้ง (Sexting) นั้น มักจะ
เปิดรับสื่อทางออนไลน์ยูทูบและได้รับอิทธิพลจากเพื่อนให้เปิดรับสื่อภาพโป๊
มากที่สุดและนิยมแชร์ภาพและคลิปให้กับเพื่อนทางออนไลน์

บทบาทที่เปลี่ยนไปจาก “ผู้ชม” เป็น “ผู้แสดง”

ปัจจุบันโซเชียลมีเดียที่เผยแพร่หลายทางช่องทางต่าง ๆ ได้มี
หลากหลายรูปแบบ ทำให้ผู้รับชมผ่านทางสื่อออนไลน์ สามารถสร้างเนื้อหาสื่อ
ได้ด้วยตนเอง เปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้จ่ายเงินเพื่อรับชม เป็นผู้แสดง
บทบาททางเพศผ่านสื่อออนไลน์และได้รับค่าตอบแทนจากการสร้างคอนเทนต์
ดังกล่าว เป็นอาชีพอิสระที่ทำรายได้ให้กับผู้แสดงจำนวนมาก โดยเฉพาะใน
เว็บไซต์ OnlyFans

OnlyFans เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาหลากหลาย มีพื้นที่สำหรับอัปโหลดรูปภาพและวิดีโอ เปิดให้สมัครสมาชิก โดยมีค่าใช้จ่ายในการรับชมเนื้อหาเฉพาะบัญชีผู้ใช้ที่สนใจ เว็บไซต์ดังกล่าวเกิดขึ้นในประเทศอังกฤษ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 และได้รับความสนใจจากผู้ผลิตคอนเทนต์ทุกประเภท ทั้งด้านดนตรี ฟิตเนส การออกกำลังกาย อาหาร หรือคอร์สเรียน ไม่ได้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับคอนเทนต์อายุของผู้สร้างสร้งงาน และกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้งาน ทำให้สะดวกในการสร้างคอนเทนต์สำหรับผู้ใหญ่ (เนื้อหาทางเพศ) หรือเนื้อหา 18+ เป็นจำนวนมาก จนแพร่หลายในประเทศไทยและมีคนสนใจสร้างคอนเทนต์ทางเพศทั้งในรูปแบบการถ่ายเซ็กซี่ วิดีโอการมีเพศสัมพันธ์ เป็นต้น โดยมีสมาชิกประมาณ 120 ล้านคน และผู้ผลิตคลิปวิดีโอประมาณ 1 ล้านคน มีรายได้ประมาณ 2,360 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2563

ในยุคเทคโนโลยีพลิกผัน (Technology Disruption) เป็นยุคที่ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาได้ด้วยตนเอง (User Generated Content) คนสามารถผลิตสื่อและเผยแพร่ทางออนไลน์ได้ด้วยตนเอง บางคนจึงไม่ได้เป็นผู้เสพสื่อทางเพศเพียงอย่างเดียว แต่ได้ปรับเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้สร้างสื่อ หรือที่เรียกว่ามี อาชีพเป็นนักสร้างสรรค์เนื้อหาทางเพศ (Sexual Content Creator) นั่นเอง ผู้ที่สร้างคอนเทนต์ผู้ใหญ่และมีผู้ติดตามจำนวนมากก็สามารถสร้างรายได้เสริมนอกเหนือจากงานประจำที่ทำ ทำให้ OnlyFans เป็นที่นิยมอย่างรวดเร็ว

นักสร้างสรรค์เนื้อหาทางเพศรุ่นเยาว์ (Youth Sexual Creator) อาชีพใหม่ที่มีรายได้ดี

เมื่อ OnlyFans เริ่มเปิดใช้อย่างเป็นทางการในปี ค.ศ. 2016 โดย Timothy Stokely ซึ่งเป็นนักลงทุนด้านเทคโนโลยีชาวอังกฤษ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากจนได้รับฉายาว่า “KING OF HOMEMADE PORN” แรงบันดาลใจเกิดจากผู้สร้างสรรค์เนื้อหาผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ไม่มีพื้นที่เผยแพร่ผลงานของตนเอง เนื่องจากไม่ว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) หรือ ตี๊กต็อก (TikTok) มักมีระบบ AI คอยตรวจจับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือเนื้อหาที่ล่อแหลมสื่อไปทาง 18+ (Starfish Academy, n.d.)

ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่คนไม่สามารถออกจากบ้านได้ และใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับอินเทอร์เน็ต พบว่าในปี ค.ศ. 2019 ยอด Users ของ OnlyFans มีเพียง 8 ล้านคน ต่อมาในเดือนมกราคม ปี ค.ศ. 2020 มีจำนวนผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นถึง 85 ล้านคน และในกลางปี ค.ศ. 2021 มีจำนวนผู้ใช้งานมากถึง 120 ล้านคน

สำหรับยอดการสมัครสมาชิก (Subscription) มากถึง 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากรายงานของ UK's Companies House มีการเติบโตมากถึง 615% ในระหว่างปี ค.ศ. 2019 จนถึง ค.ศ. 2020 นอกจากนี้บริษัทยังจ่ายเงินให้กับผู้สร้างสรรค์เนื้อหา 6 ล้านดอลลาร์ หรือ 195 ล้านบาททุกวัน

นักสร้างสรรค์เนื้อหาทางเพศที่เป็นวัยรุ่นผลิตเนื้อหาทางเพศเผยแพร่ทาง OnlyFans เพื่อหารายได้พิเศษ โดยหากผลิตเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคนติดตามก็จะทำรายได้ให้กับวัยรุ่นโดยไม่ต้องพึ่งงานประจำ แม้ทาง OnlyFans จะมโนบายในการกำหนดอายุผู้ใช้งานแต่เคยมีรายงานว่า มีผู้สมัครใช้

OnlyFans ที่อายุต่ำกว่า 18 ปี ใช้ ID ปลอมหรือแอบใช้พาสปอร์ตของคนในครอบครัวมาสมัคร ลงทะเบียนใช้งาน โดยให้ออนเงินเข้าบัญชีทางโทรศัพท์มือถือ และข้อมูลจาก Youthworks และ University of Kingston พบว่าวัยรุ่นอายุระหว่าง 14-15 ปี มีแนวโน้มส่งภาพที่เปิดเผยเรือนร่างผ่านช่องทางออนไลน์มากเป็น 2 เท่าของวัยอื่น ๆ (The Growth Master Team, 2021)

วัยรุ่นไทยบางคนก็ได้สร้างเนื้อหาทางเพศผ่านทาง OnlyFans และนิยมใช้ทวีตเตอร์เผยแพร่คลิปลามกอนาจารหรือเสนอขายบริการทางเพศ ชายคลิบ 18+ ของตัวเองผ่านทวีตเตอร์หรือใช้ทวีตเตอร์ดึงให้คนมาสมัครเป็นสมาชิกเข้ากลุ่มลับของตนเองใน OnlyFans ซึ่งสามารถสร้างรายได้อย่างมากในกลุ่มวัยรุ่นนางกล่าวว่า ในยุคปัจจุบันนอกจากวัยรุ่นจะเปิดรับสารที่มีเนื้อหาทางเพศเพื่อการผ่อนคลายแล้ว ยังมีบทบาทในสร้างสรรค์เนื้อหาต่าง ๆ เพื่อเสริมรายได้ให้กับตนเองและครอบครัวอีกด้วย แต่สิ่งที่สังคมเริ่มกังวลคือวัยรุ่นที่มีอายุน้อยและเผยแพร่เนื้อหาทางเพศผ่านสื่อดังกล่าว อาจส่งผลให้เกิดค่านิยมทางเพศที่ผิด และความไม่เท่าทันทางเพศของวัยรุ่นก็อาจส่งผลให้ตกเป็นเหยื่อในสังคมได้ (Prachachatturakij, 2021)

นอกจากนี้ การผลิตเนื้อหาทางเพศทาง Only Fans ยังเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายอีกด้วย นักสร้างสรรค์เนื้อหาทางเพศ (Sex Creator) หรือพอร์นฮับเบอร์ (Porn Hubber) เป็นอาชีพที่ใช้ร่างกายหารายได้เลี้ยงชีพ โดยนำภาพและคลิปของตนเองในลักษณะลามกอนาจารเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ รวมถึงกลุ่มลับต่าง ๆ ที่เปิดรับสมาชิกและมี

การเรียกเก็บค่าเข้ากลุ่ม การกระทำความผิดแล้วยังถือว่าผิดกฎหมาย ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 287 ระบุความผิดไว้ 3 รูปแบบดังนี้

1. ทำ ผลิต มีไว้ นำเข้าส่งออกหรือเผยแพร่สื่อลามกอนาจารเพื่อการค้า แจกจ่ายหรือแสดงอวดแก่ประชาชน
2. การค้าสื่อลามกอนาจารเช่นให้ทุน เป็นคนกลางรับของไปขายต่อ แจกจ่าย แสดงอวด หรือให้เช่าสื่อลามกอนาจาร
3. โฆษณาว่าสื่อลามกอนาจารหาได้จากที่ใด เพื่อช่วยให้แพร่หลาย หรือให้ประโยชน์ทางการค้า

หากละเมิดกฎหมายดังกล่าวระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปีปรับไม่เกิน 60,000 บาท รวมถึงกรณีนี้อาจผิดในพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์มาตรา 14/4 ระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปีและปรับไม่เกิน 100,000 บาท

ดังนั้น ผู้ผลิตเนื้อหาทางเพศมีความผิดทางกฎหมาย แม้ว่าจะเผยแพร่ทาง Only Fans ซึ่งมีการคัดกรองอายุเข้มข้น แต่ก็มี การนำเนื้อหาดังกล่าวไปเผยแพร่ที่เป็นสาธารณะในวงกว้าง

การเผยแพร่ที่เป็นสาธารณะดังกล่าว ผู้ผลิตเนื้อหาทางเพศ ยังไม่ได้รับการรับรองคุ้มครองลิขสิทธิ์อีกด้วย กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะคุ้มครองงานสร้างสรรค์ที่ชอบด้วยกฎหมายเท่านั้น ดังนั้นสื่อลามกจึงไม่ได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย ไม่สามารถเอาผิดกับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์และทำให้เจ้าของผลงานสูญเสียรายได้

จุดเปลี่ยนเพศวิถีในสังคมไทยกับกิจกรรมทางเพศไร้พรมแดน

วิถีทางเพศที่เป็นแบบไทย ๆ มักจะเป็นเรื่อง “รักนวลสงวนตัว” ถือเป็นกรอบเรื่องเพศสำหรับกุลสตรีไทย และการมีเพศสัมพันธ์กับคนที่เราแต่งงานด้วยเท่านั้น เรื่องเพศที่ถูกต้องเหมาะสมควรเป็นแบบ “ผัวเดียวเมียเดียว” ควรมีการควบคุมอารมณ์ความต้องการ ไม่ควรกระตุ้นเร้าความต้องการทางเพศ หรือยุ่งเกี่ยวกับเรื่องทางเพศมากนัก การแสดงออกทางเพศอย่างโจ่งแจ้งถือเป็นเรื่องน่าอับอาย นอกจากนั้น ชายไทยไม่ควรสำส่อนทางเพศ และควรมีความรับผิดชอบไม่ข่มเหงผู้หญิง

เมื่อได้รับอิทธิพลจากสื่อต่างประเทศและยุคสมัยเริ่มเปลี่ยนไป มุมมองเรื่องเพศวิถีจึงเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย วัยรุ่นปัจจุบันมีเสรีภาพในการคบเพื่อนต่างเพศมากขึ้น การแสดงออกทางเพศในที่สาธารณะมีมากขึ้น ทำให้เรื่องเพศไม่ใช่เรื่องลับและเป็นเรื่องน่าอายอีกต่อไป

ในยุคดิจิทัลเรื่องเพศเป็นกิจกรรมที่ไร้พรมแดน คนเราสามารถมีเพศสัมพันธ์กันผ่านสมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ และในโลกอินเทอร์เน็ตแบบเรียลไทม์ (Real-Time) อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างประสบการณ์ร่วม กระตุ้นเร้าให้เกิดอารมณ์ทางเพศและสนองความต้องการทางเพศได้ มีการแสดงและพูดคุยผ่านวิดีโอคอล บางคนกล่าวว่า “ไซเบอร์เซ็กส์เป็นเพศวิถีแห่งศตวรรษที่ 21” เกิดจากพัฒนาการของเทคโนโลยีสื่อสาร ไซเบอร์สเปซ (Cyber Space) ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อสนิยมทางเพศและเพศวิถีอย่างชัดเจน จนนำไปสู่เพศสัมพันธ์ออนไลน์ เช่น Live Webcam ใน Camfrog หรือ Internet Pornography และเกิดคำว่า เซ็กติ่ง “Sexting” ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 พฤติกรรมการส่งรูปเปลือยหรือรูปกึ่งเปลือยพร้อมข้อความที่มีความหมายทาง

เพศให้กับผู้อื่นทั้งส่งผ่านโทรศัพท์มือถือและเครือข่ายออนไลน์ต่าง ๆ เช็กตั้งอาจถูกส่งโดยเจตนาซึ่งเป็นสื่อลามกของตนเอง หรือส่งภาพลามกของผู้อื่นโดยผู้นั้นไม่ให้ความยินยอม นอกจากนี้ ยังอาจถูกส่งไปยังผู้ที่ไม่ต้องการได้รับอีกด้วย

ผลกระทบจากไซเบอร์เซ็กส์

ผู้ใช้ไซเบอร์เซ็กส์ มีข้อพึงระวังถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตนเองและครอบครัว สำหรับผู้ส่งภาพและคลิปลามกจะเกิดผลสำคัญที่เกิดขึ้นกับตนเองและครอบครัว ได้แก่ สูญเสียการนับถือตนเอง ขาดความภาคภูมิใจในตนเอง และนอกจากนี้คลิปที่แชร์ผ่านทางโลกออนไลน์ ถือเป็นการทิ้งร่องรอยดิจิทัล (Digital Footprint)

การทิ้งร่องรอยทางดิจิทัล หมายถึง สิ่งที่เคยโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งการท่องอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ที่เปิด อีเมลที่ส่งหรือข้อมูลส่วนบุคคลที่ป้อนเข้าสู่ระบบบริการออนไลน์ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ร่องรอยทางดิจิทัลที่เกิดโดยไม่เจตนา (Passive Digital Footprint) ได้แก่ IP Address ที่เว็บเซิร์ฟเวอร์บันทึกไว้เมื่อเราเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ ประวัติการค้นหาออนไลน์ที่ถูกบันทึกไว้โดยโปรแกรมค้นหา (Search Engines) ร่องรอยทางดิจิทัลที่เกิดขึ้นโดยเจตนา (Active Digital Footprint) เป็นข้อมูลที่ผู้ใช้ตั้งใจบันทึกอยู่ในระบบ เช่น อีเมล การเขียนบล็อก การโพสต์ข้อความในโซเชียลมีเดีย ทุกข้อความที่ทวีต ทุกสเตตัสที่โพสต์หรือกดไลค์ในเฟซบุ๊ก ทุกรูปที่โพสต์ลงบนอินสตาแกรมล้วนแล้วแต่เป็นร่องรอยทางดิจิทัลทั้งสิ้น เมื่อข้อมูลทางดิจิทัลที่เผยแพร่ไปแล้วก็ยากที่นำออกจากระบบ

หากวัยรุ่นซึ่งยังมีอนาคตไกลโพสต์ภาพโป๊ เปลือยวาบหวาม สื่อที่มีเนื้อหาทางเพศล่อแหลม หรือถ่ายคลิปตนเองที่มีความสัมพันธ์กับคู่อริ



ในขณะนั้นเผยแพร่ทาง OnlyFans การสร้างสรรค์เนื้อหาทางเพศสามารถสร้างรายได้อย่างรวดเร็ว แต่วางจรรยาบรรณข้างต้นและหาเงินได้ไม่นานนัก สิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาคือ แรงกดดันจากครอบครัว พ่อแม่ พี่น้องและญาติ เมื่ออายุมากขึ้น แต่เนื้อหาเหล่านี้ยังทิ้งร่องรอยดิจิทัลอยู่ในโลกออนไลน์ ก็อาจส่งผลกระทบต่อผู้โพสต์ที่จะต้องคอยตอบคำถามลูกหลานและคนใกล้ชิด รวมทั้งคู่ชีวิตของตนเองต่อไป

สำหรับผู้เสฟไซเบอร์เซ็กส์เป็นเวลานาน สิ่งที่จะเกิดขึ้นคือการเสพติดเซ็กส์ การใช้เวลาเกือบทั้งหมดไปกับภาพโป๊ มีความสัมพันธ์กับผู้ขายบริการทางเพศ การนอกใจ มีความสัมพันธ์จากกิจกรรมและประสบการณ์ทางเพศที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง (Cybersex) คนที่เสพติดเซ็กส์จะมีความคิดและพฤติกรรมย่ำคิดย่ำทำ สูญเสียความสามารถในการควบคุมตนเอง เสียเงิน เสียเวลา เสียความสัมพันธ์ในครอบครัว และมีความต้องการเสพติดเซ็กส์ที่มีระดับความรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นั่นเอง

การรู้เท่าทันสื่อทางเพศ (Sexual Media Literacy) เป็นภูมิคุ้มกันสำคัญของกลุ่มวัยรุ่น

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อกระทบต่อการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น การสำรวจการใช้สื่อสังคมออนไลน์จากเยาวชนไทยโดยนิด้าโพล ปี พ.ศ. 2559 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เกิดผลกระทบต่อสังคมเช่นพฤติกรรมเลียนแบบอย่างไม่เหมาะสม และผลกระทบต่อสุขภาพ เช่น พฤติกรรมก้าวร้าว รวมถึงปัญหาพฤติกรรมทางเพศที่สื่อมีอิทธิพลอย่างมาก การที่วัยรุ่นเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างง่ายดาย อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ จากการวิจัยพบว่า เยาวชนในมหาวิทยาลัยเข้าถึง

สื่อทางเพศผ่านเว็บไซต์อนาจาร ร้อยละ 42.90 และเฟซบุ๊ก ร้อยละ 69.20 และพบว่า การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะวัยรุ่นที่มีความสนใจเรื่องเพศ อาจทำให้เกิดพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม และพฤติกรรมเลียนแบบตามสื่อ จนเกิดปัญหาเช่น การขายบริการทางเพศผ่านทางอินเทอร์เน็ต การโชว์โป๊เปลือย การเปลี่ยนคู่นอนและการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร หากวัยรุ่นรู้เท่าทันสื่อทางเพศก็จะสามารถป้องกันการถูกจูงใจจากเนื้อหาของสื่อทางเพศได้ (Muanpetch et al., 2020)

วัยรุ่นมีปฏิสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลทางเพศ ความเป็นอยู่ ความรู้ ทักษะ การสื่อสาร ทักษะ และพฤติกรรมทางเพศ แหล่งข้อมูลเหล่านี้มีทั้ง มุมมองและประสบการณ์ของตนเอง ครอบครัว เพื่อน คู่รัก โรงเรียน สื่อ หมอ ชุมชน วัฒนธรรมและศาสนา

มุมมองและประสบการณ์ของตนเอง ได้แก่ สถานะทางเศรษฐกิจสังคม ระดับการศึกษา โรคซึมเศร้า การใช้ยาและการแต่งงานในวัยเด็ก

ครอบครัว การสื่อสารระหว่างผู้ปกครองและเด็กถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่จะขัดเกลาเรื่องเพศ

เพื่อนถือว่ามีค่ามากในด้าน ความตั้งใจทางเพศ (Sexual Intention) การศึกษาในโรงเรียน ให้ความรู้ด้านสุขภาพทางเพศและเพศศึกษา การคุมกำเนิด

สื่อ มีอิทธิพลทั้งที่เป็นข้อความ แอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ ภาพโป๊เปลือยทางสื่อ โดยเฉพาะสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเพศ และอาจทำให้มีความก้าวร้าวทางเพศและมีอิทธิพลทางความเชื่อเรื่องเพศ

แหล่งข้อมูลทางการแพทย์ เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ การวางแผนครอบครัว การคุมกำเนิดสำหรับวัยรุ่น เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการมีเพศสัมพันธ์ (Sexual Risk)

ชุมชน วัฒนธรรม และศาสนา ชุมชนชนบทหรือเมือง ค่านิยมและความเชื่อทางศาสนามีผลต่อการหล่อหลอมทางเพศ

การสร้างภูมิคุ้มกันทางเพศให้กับเด็กและเยาวชน มี 3 เรื่องที่สำคัญคือ

การให้ความรู้เรื่องเพศศึกษา (Sexual Health Education) สำหรับวัยรุ่น ช่วงอายุ 13-18 ปี เป็นวัยที่ควรได้รับความรู้เรื่องเพศอย่างถูกต้อง และรอบด้านเพื่อให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย จิตใจและอารมณ์ สร้างทักษะของเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย ร่วมกับความรับผิดชอบเพื่อให้สามารถแยกแยะได้ว่า ไม่ใช่เรื่องสนุกเพียงอย่างเดียวแต่ควรคำนึงถึงผลที่จะตามมา

ส่งเสริมรู้เท่าทันสื่อทางเพศ (Sexual Media Literacy) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ เข้าใจ ตนเองและผู้อื่น เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จิตใจและอารมณ์ที่เกิดขึ้น ตามธรรมชาติของช่วงวัย ยอมรับความหลากหลายของวิถีชีวิตทางเพศและสัมพันธ์ภาพ ทางเพศ เรียนรู้เรื่องเพศอย่างเหมาะสม เลือกรับรู้สื่อ ข้อมูล ข่าวสาร จากแหล่งต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องเพศอย่างมีวิจารณญาณ รวมถึง ปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง ดูแลสุขภาพทาง เพศ รู้จักป้องกันตนเองจากการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย เห็นคุณค่าในตนเอง สามารถตัดสินใจอย่างมีสติ พร้อมรับผิดชอบผลที่ตามมา รวมทั้งจัดการกับปัญหาและปรับตัวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ สำหรับคุณลักษณะของบุคคลที่มีการรู้เท่าทันเรื่องเพศในวัยรุ่น คือ ลักษณะของบุคคลที่แสดงออกเกี่ยวกับเรื่องเพศใน 4 ด้าน อันประกอบด้วย ด้าน ความรู้ ความเข้าใจ และความคิด ด้านการ

ประยุกต์ใช้ความรู้ ด้านความสามารถในการ เฝ้าระวังปัญหา และด้าน
ความสามารถในการปรับตัวฟื้นคืน ส่วนแนวทางการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างการ
รู้เท่าทันเรื่องเพศจะเน้นการมีส่วนร่วมของวัยรุ่นเป็นหลัก โดยแบ่งออกเป็น
2 กลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมที่มุ่งเน้นพัฒนากระบวนการคิด และกิจกรรมที่มุ่งเน้น
พัฒนาทักษะ ในการสร้างสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น

กิจกรรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาการรู้เท่าทันเรื่องเพศในลักษณะที่
เน้นการมีส่วนร่วมของวัยรุ่นเป็น หลัก (Participative Learning) โดยประมวล
จากความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นเองซึ่งเป็น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางตรงร่วมกับ
ข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากกลุ่มผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และปฏิบัติงานเกี่ยวข้อง
กับวัยรุ่น ได้แก่ กิจกรรมที่มุ่งเน้นพัฒนากระบวนการคิด และกิจกรรมที่มุ่งเน้น
พัฒนาทักษะ ในการสร้างสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น

ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อทางเพศ (Sexual Media Literacy)

สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมทั้งหลักสูตร
และกิจกรรมที่พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์เรื่องเพศ โดยเฉพาะ
ทักษะในการสร้างสรรค์ วิเคราะห์และประเมินค่าสื่อเพื่อให้วัยรุ่นไทยมี
พฤติกรรมทางเพศที่พึงประสงค์

การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อทางเพศ เป็นการพัฒนาการจัดกิจกรรม
พัฒนาการรู้เท่าทันสื่อทางเพศกับวัยรุ่น โดยมีความรอบรู้ในการป้องกัน
เพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรที่เน้นการรู้เท่าทันสื่อผ่านกิจกรรม 6 องค์ประกอบ
ที่ครอบคลุมหัวข้อความรู้สุขภาพด้านเพศในปัจจุบัน ได้แก่ 1) การเข้าถึง
ข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ (Access) ประกอบด้วย กิจกรรมการเข้าถึงสื่อ
พื้นฐานความรู้สุขภาพทางเพศและพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของกลุ่มเป้าหมาย

การปรับทัศนคติต่อการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร เรียนรู้ผ่านมุมมองของวัยรุ่น 2) ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive) ประกอบด้วยกิจกรรมการให้ความรู้เนื้อหาสุขภาพด้านเพศผ่านสื่อต่าง ๆ ให้สามารถอธิบายถึงความเข้าใจความสามารถในการนำเนื้อหาด้านสุขภาพไปปฏิบัติ 3) การตอบโต้และซักถาม แลกเปลี่ยน (Communication Skill) ประกอบด้วย กิจกรรมการพัฒนาทักษะการสื่อสารข้อมูลความรู้ด้านสุขภาพทางเพศและพัฒนาทักษะการสื่อสารการโน้มน้าวให้บุคคลอื่นเข้าใจยอมรับข้อมูลการปฏิบัติตนที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขภาพทางเพศ 4) ทักษะการตัดสินใจ (Decision Skill) ประกอบด้วยกิจกรรมพัฒนาทักษะการตัดสินใจด้วยการวิเคราะห์เชิงเหตุผล สามารถเลือกตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพทางเพศของตนเองได้ หลังจากได้รับข้อมูล 5)การจัดการตนเอง (Self-management) ประกอบด้วยกิจกรรมการกำหนดเป้าหมาย วางแผนปฏิบัติ และสามารถปฏิบัติตามแผนที่กำหนดได้ 6) การบอกต่อประกอบด้วย กิจกรรมการบอกต่อข้อมูลสุขภาพที่น่าเชื่อถือ เพื่อชี้แนะแนวทางสุขภาพทางเพศที่ดีให้กับผู้อื่น

การสร้างตระหนักรู้ของสื่อ (Media Aware) เป็นการสร้างแรงจูงใจและทักษะด้านการสื่อสารสุขภาพทางเพศ (Sexual Health Communication) นอกจากนี้ยังช่วยในการพัฒนาความคิดเชิงวิเคราะห์ (Critical Thinking) เกี่ยวกับข้อความของสื่อและให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขภาพ เพศ และความรัก

กล่าวโดยสรุป โซเชียลมีเดียเป็นสิ่งที่เกิดขึ้น แพร่หลายและยากที่จะควบคุม และเกิดขึ้นพร้อมกับมุมมองด้านเปลี่ยนเพศวิถีในสังคมไทย แต่สิ่งที่เราสามารถช่วยกันป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตามมาได้ ก็คือ การสร้างภูมิคุ้มกันทางโซเชียลให้กับคนในสังคมโดยเฉพาะเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเปราะบาง

โดยการให้ความสำคัญกับการให้ความรู้เรื่องเพศศึกษา ส่งเสริมรู้เท่าทันสื่อทาง
เพศ และส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อทางเพศ

เอกสารอ้างอิง

- Biggins, O. (2012). *Cybersex and sexual attitude of adolescents*.
(Research report). Bangkok: Dhurakijpundit University.
- Muanpetch, C. et al. (2020). Social media literacy on sex and
sexual behaviour of adolescents in Thailand. *Research
Journal of Health Science*. 14(2), 23-31.
- Prachachatthurakij. (2021, 25 September). *Sex creator-sex worker,
technology changes, career changes*. Retrieved from
<http://www.prachachat.net>
- Rangsanviwatt, L. (n.d.). Cybersex: when sex issue crosses the
border. Retrieved from <http://www.thainetizen.org>
- Starfish Academy. (n.d.). *Onlyfans and adolescents, and what
parents must aware*. Retrieved from
<http://www.starfishlabz.com>
- The Growth Master Team (2021, 22 September). *Case study:
OnlyFans, hot of the year online platform and strategy to
build the growth about 615%*. Retrieved from
<http://www.thegrowthmaster.com>

บทความวิจัย

การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์และการรับมือ

อย่างเหมาะสมในกลุ่มเยาวชน

¹สาลินี อารังเลาะห์พันธุ์, อัญมณี กุมมาระกะ, ภัทรี ไตรสถิตย์,
ฤทัยชนก กาศเกษม, เบญจลักษณ์ มณีทอง, ณัฏพร มโนใจ,
จิรยุทธ ไชยจารุวิช, ศศิกานต์ ลิ้มปิติ, และพิมพ์วิรัชญ์ ศรีคำมูล.

Received 27 October 2021

Revises 7 December 2021

Accepted 12 September 2022

บทคัดย่อ

โลกออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีความสำคัญในปัจจุบัน ขณะเดียวกันเป็นโอกาสให้เกิดการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ที่สร้างความเสียหายหรือทำร้ายความรู้สึกผู้อื่น การศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาเชิงเปรียบเทียบปัญหาการโดนกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์จากการ ทบทวนวรรณกรรมและการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ถ่ายทอดความรู้และศึกษาประสบการณ์การถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์จาก ตัวอย่างนักเรียนและนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ 6 สถาบัน ได้แก่ โรงเรียน ผางขุนปถมภ์ โรงเรียนสันทรายวิทยาคม โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย

¹ ดร.คณะผู้วิจัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (สัญญาเลขที่ ย-พต8/2562), ได้รับทุนสนับสนุนโดย กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ธันวาคม พ.ศ.2562

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผลการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ พบว่า ความถี่ของการเกิดการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ในประเทศไทยและต่างประเทศไม่แตกต่างกัน โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ ได้แก่ เพศ อายุ การใช้อินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านจิตวิทยา รวมถึงผู้ปกครอง เมื่อถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ ผู้ถูกกลั่นแกล้งจะได้รับผลกระทบทั้งด้านจิตใจ ความรู้สึก สังคมและการเรียน นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนมีคะแนนก่อนเข้าร่วมอบรมสูงกว่านักศึกษา และหลังจากเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการทั้งนักเรียนและนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งออนไลน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลจากการอบรมเชิงปฏิบัติการสะท้อนให้เห็นผลสัมฤทธิ์ของการให้ความรู้ความเข้าใจในการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ ดังนั้นการให้ความรู้และถ่ายทอดวิธีการรับมือกับปัญหาอย่างเหมาะสมจึงเป็นช่องทางสำคัญที่จะช่วยลดปัญหาดังกล่าวลงได้

คำสำคัญ: เยาวชน, การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์

Impacts and Proper Responses of Cyberbullying in Youth

Salinee Thumronglaohapun, Unyamanee Kummaraka,
Patrinee Traisathit, Ruethaichanok Kardkasem, Benchalak
Maneeton, Natthaporn Manojai, Jeerayut Chaijaruwanich,
Sasikarn Limpiti and Pimwarat Srikummoon.

Abstract

Online is an important channel to communicate in the present. Meanwhile, it may cause cyberbullying that damages and hurts others' feelings. This study consists of two parts, the comparative study of cyberbullying from literature reviews and from workshops. The objectives are to provide knowledge and to study experiences of being cyberbullied from samples of high school and undergraduate students in 6 institutions in Chiang Mai including Fangchanupathum school, Sansai Wittayakom school, Montfort college, Chiang Mai University, Thailand National sports University and Chiang Mai Rajabhat University. The comparative results show that the frequencies of cyberbullying in Thailand and other countries are not different. The factors relating cyberbullying include gender, age, internet usage, psychological factors and parents. When being cyberbullied, it affects mental, feelings, social and study of

the victims. Moreover, the results indicate that the pre-test scores of high school students are higher than those of undergraduate students. The knowledge and understanding about cyberbullying of participants are increased with statistically significant. The results of workshops reflect the achievement of providing knowledge and understanding in cyberbullying. Therefore, providing knowledge and proper responses of cyberbullying for youths is a vital channel to reduce cyberbullying problems.

Keywords: Youth, cyberbullying.

บทนำ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการติดต่อสื่อสาร จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2563 พบว่า มีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2562 นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนและนักศึกษามีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันสูงที่สุด และกิจกรรมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต คือ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Line YouTube และดูโทรทัศน์/ ดูคลิป/ ดูหนัง/ ฟังเพลงออนไลน์ แต่อย่างไรก็ตามยังคงพบปัญหาที่เกิดจากการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ การถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัว การถูกหลอกลวงบนอินเทอร์เน็ต และถูกรบกวนด้วยสื่อบริการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน (Office of the Broadcasting Commission Television Business and the National Telecommunications Commission, 2020)

ถึงแม้ว่าการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ได้กลายมาเป็นช่องทางสำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว แต่พื้นที่บนอินเทอร์เน็ตนั้นเปรียบเสมือนโลกไร้พรมแดน ที่เปิดโอกาสให้สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้คนได้ทั่วทุกมุมโลก และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ความสะดวกนี้ย่อมมาพร้อมกับปัญหาต่าง ๆ ที่อาจสร้างความเสียหายให้กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายอื่น เช่น ปัญหาการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ (Cyberbullying) ซึ่งเป็นการใช้ข้อความในการด่าทอ ดูถูก ล้อเลียน หรือการใช้ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอเผยแพร่เรื่องราวส่วนตัวของผู้อื่นทั้งที่เป็นความ

จริงและไม่เป็นความจริง เพื่อก่อความทุกข์ หรือก่อให้เกิดกระแสต่อต้าน จากการศึกษาของ Yathongkham et al. (2020) พบว่า ข้อความที่แสดงออกถึงการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็น 6 ลักษณะ คือ ข้อความที่กล่าวถึงบุคลิกหรือรูปลักษณ์ คำด่าหยาบคาย ข้อความคุกคามเกี่ยวกับทางเพศ เชื้อชาติกำเนิดและการใช้ชีวิต ระดับสติปัญญา และคำข่มขู่หรือรุนแรง อย่างไรก็ตามข้อความเหล่านี้อาจสร้างความเสียหายแก่ผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นด้านจิตใจ ทรัพย์สิน หรือทำให้สูญเสียความมั่นใจในการดำรงชีวิตในสังคม (Archapetch, 2017; Pokpong & Musiphan, 2010)

เยาวชนมีแนวโน้มของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันที่เพิ่มสูงขึ้น ย่อมเป็นโอกาสที่จะเผชิญหน้ากับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษาปัจจัยและผลกระทบที่เกี่ยวข้องรวมถึงแนวทางการรับมือกับปัญหาการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ ผ่านการทบทวนงานวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และนำองค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์หาแนวทางที่เหมาะสมกับเยาวชนในบริบทของสังคมไทย เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันที่มีประสิทธิภาพให้แก่เยาวชนในยุคของโลกออนไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการรับมือกับการโดนกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ จากงานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศ
2. เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจและศึกษาประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ของเยาวชนในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ทราบถึงความถี่ของปัญหา ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบ และแนวทางการรับมือกับปัญหาการโดนกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงเข้าใจรูปแบบของปัญหาการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ ผลกระทบและวิธีการรับมือที่เกิดขึ้นจริงจากประสบการณ์ของเยาวชนในจังหวัดเชียงใหม่

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ภาวะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

การสื่อสารของคนในสังคมโลกปัจจุบัน โดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต จะเห็นได้จากแนวโน้มของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 โดยในปี 2562 จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ทำการสำรวจข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า มีจำนวนกว่า 50 ล้านคน (Office of the Broadcasting Commission Television Business and the National Telecommunications Commission, 2020) และจากรายงานการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA พบว่า ประชากรไทยใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 22 นาที มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 โดยพบว่ากิจกรรมออนไลน์หรือกิจกรรมที่ทำผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงมากที่สุด ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และ

ดูหนัง/ ฟังเพลง ออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram, Line และ YouTube เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัว การถูกลอกลงบนอินเทอร์เน็ต รวมถึงการถูกรบกวนด้วยสื่อบริการสาธารณะ ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในทุกกลุ่มอายุ ช่องทางออนไลน์หรือโลกไซเบอร์เป็นช่องทางสำคัญในการติดต่อสื่อสารกัน ในขณะเดียวกันเยาวชนที่ใช้ช่องทางออนไลน์ติดต่อสื่อสารกันมากยิ่งขึ้นและเปิดโอกาสให้เข้าถึงความรู้ได้กว้างขวางมากขึ้น ในขณะเดียวกันภัยที่เกิดจากการใช้ช่องทางออนไลน์ที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและจิตใจของเยาวชน ช่องทางออนไลน์หรือโลกไซเบอร์เป็นช่องทางสำคัญในการติดต่อสื่อสารกัน ในขณะเดียวกันเยาวชนที่ใช้ช่องทางออนไลน์ติดต่อสื่อสารกันมากยิ่งขึ้นและเปิดโอกาส ให้เข้าถึงความรู้ได้กว้างขวางมากขึ้น ในขณะเดียวกันภัยที่เกิดจากการใช้ช่องทางออนไลน์ที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและจิตใจของเยาวชน (Office of the Broadcasting Commission Television Business and the National Telecommunication Commission, 2020)

การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ (Cyberbullying)

การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ (Cyberbullying) ที่เป็นลักษณะของการใช้ข้อความในการด่าทอ คุกคาม ล้อเลียน รวมไปถึงการใช้ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอที่เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่นทั้งที่เป็นความจริงและไม่เป็นความจริง เพื่อไปเผยแพร่หรือส่งต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อกวน คุกคาม หรือทำให้เกิดกระแสด้านผู้อื่นให้ได้รับความเสียหาย รู้สึกอับอาย เครียด เจ็บปวด สูญเสียความมั่นใจในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม



(Archapetch, 2017) ส่วน Yathongkham et al. (2020) ได้ทำการวิเคราะห์ข้อความแสดงความคิดเห็นบนเว็บไซต์ยูทูบ จำนวน 76,100 ข้อความ จาก 39 คลิป ที่มีการอัปโหลดในเว็บไซต์ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2562-วันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยใช้เทคนิคการทำเหมืองข้อความ (Text Mining) พบว่า มีข้อความที่แสดงออกถึงการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ร้อยละ 36 และเมื่อจัดกลุ่มข้อความดังกล่าวด้วยเทคนิคการจัดกลุ่มแบบเป็นขั้นตอน (Hierarchical Cluster Analysis) และการวิเคราะห์หิ้งค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่า สามารถจำแนกข้อความลักษณะที่แสดงการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ออกเป็น 6 ลักษณะ ได้แก่ บุคลิกหรือรูปลักษณ์ คำด่าทอหยาบคาย ข้อความคุกคามเกี่ยวกับทางเพศ เชื้อชาติกำเนิดและการใช้ชีวิต ระดับสติปัญญา และคำข่มขู่หรือรุนแรงจากปัญหาดังกล่าวที่พบมากขึ้นในสังคมไทย

การรังแกผ่านโลกโซเชียล

Atthajāto and Wattanapradith (2020) เสนอว่า ในเชิงการมองสาเหตุของการรังแกผ่านโลกโซเชียลเป็นเรื่องของพฤติกรรม สภาพแวดล้อมจิตใต้สำนึก และระดับฮอร์โมนที่เปลี่ยนแปลง กับปัจจัยภายใน คือ ทักษะจิตใจ แรงจูงใจ ที่มีต่อปัจจัยภายนอก ความต้องการการยอมรับจากสังคม การมีพฤติกรรมการรังแกผ่านโลกโซเชียลของเยาวชนเกิดจากความภาคภูมิใจในตนเองต่ำ ต้องการความยอมรับ การไม่ยอมรับความแตกต่างนำไปสู่ความขัดแย้ง และการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายฮอร์โมนที่เปลี่ยนแปลง (Dangchamroon, 2020) การถูกล้อเลียน การถูกรังแกในชีวิตประจำวันจน

นำไปสู่พฤติกรรมย้อนกลับ (Pokaew, 2020) และความไม่เข้าใจระหว่างพื้นที่ส่วนตัวกับพื้นที่สาธารณะ (Saejew, 2020)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาดำเนินงานเป็น 2 ส่วน คือ 1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ เพื่อศึกษาแนวทางการรับมือกับปัญหาการโดนกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์จากงานวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ (ย้อนหลัง 10 ปี) โดยคัดเลือกงานวิจัยประเภทบทความ (Article) หรือการทบทวน (Review) จากฐานข้อมูล Scopus, WOS และ TCI จากนั้นทำการคัดเลือกงานวิจัยโดยใช้คำค้นหา (Keyword) คือ “Cyberbully” “Cyberbullying” “กลั่นแกล้งในโลกออนไลน์” “การรังแก” “การกลั่นแกล้ง” หรือ “ทางไซเบอร์” จำนวนการถูกอ้างอิงสูงที่สุด (Most-Cited) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือเด็กและเยาวชน และเป็นงานวิจัยที่ถูกตีพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ. 2551-2562

ส่วนที่ 2 ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการทำแบบทดสอบก่อนและหลังการอบรม และทำการศึกษาประสบการณ์การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ผ่านกิจกรรมแบ่งกลุ่มระดมความคิด โดยทำการเก็บข้อมูลในส่วนนี้จากกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการที่จัดขึ้นช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน พ.ศ. 2563

การกำหนดขนาดตัวอย่างและการเลือกตัวอย่าง

นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา พ.ศ. 2562 จาก 3



โรงเรียน และ 3 มหาวิทยาลัย โดยทำการเลือกโรงเรียนด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้น (Two-Stage Sampling) โดยแบ่งตามที่ตั้งของโรงเรียน คือ 1) โรงเรียนในเขตอำเภอเมือง และ 2) โรงเรียนนอกเขตอำเภอเมือง จากนั้นทำการสุ่มเลือกโรงเรียนตามเขตอย่างง่าย สำหรับมหาวิทยาลัยทำการสุ่มเลือกมหาวิทยาลัยอย่างง่าย โดยจัดกิจกรรมจำนวน 3 ครั้ง สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และ 4 ครั้งสำหรับนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด 306 คน แบ่งเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 169 คน และนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย 137 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

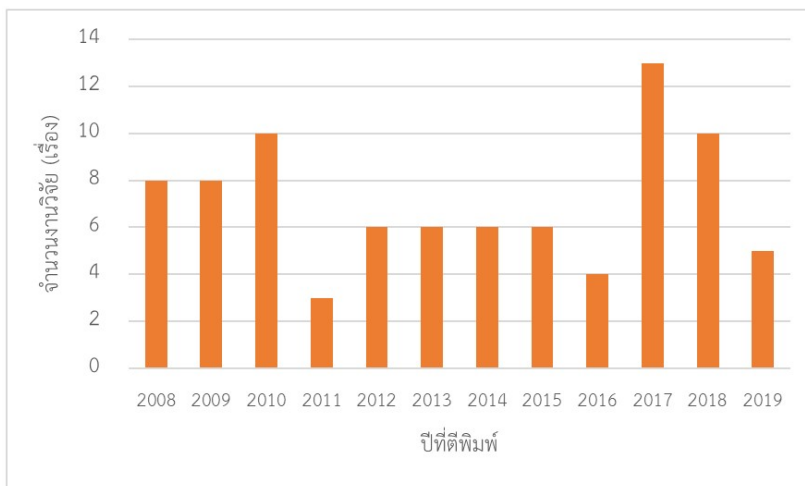
นำเสนอจำนวนงานวิจัยที่ถูกคัดเลือกมาศึกษาจำแนกตามปีที่ตีพิมพ์ และทำการสรุปและอภิปรายผลการศึกษาใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ความถี่ของการเกิดการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ 2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ 3) ผลกระทบของการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ และ 4) การรับมือกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ สำหรับส่วนที่ 2 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนทดสอบก่อนและหลังการอบรมเชิงปฏิบัติการในกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยโดยสถิติทดสอบ Paired t-test วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 17 (IBM Corp. Released, 2017)

การศึกษาครั้งนี้ได้รับรองจริยธรรมการวิจัยในคนจากสำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วันที่รับรองการพิจารณาจริยธรรม 28 มกราคม พ.ศ. 2563 (เลขที่ CMUREC No. 26/ 161)

ผลการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาความถี่ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์ต่อปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้น และแนวทางการรับมือต่อการโดนกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์พบว่า มีงานวิจัยที่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 85 เรื่อง จำแนกตามปีที่พิมพ์ได้ดังภาพที่ 1 โดยจำแนกเป็นงานวิจัยในประเทศไทย จำนวน 28 เรื่อง และงานวิจัยต่างประเทศ จำนวน 57 เรื่อง และเมื่อแบ่งตามรูปแบบงานวิจัยได้เป็น รูปแบบการทบทวน จำนวน 27 เรื่อง และงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่เป็น การสำรวจตัวอย่าง และการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กวัยรุ่นหรือเยาวชน จำนวน 58 เรื่อง จากการศึกษางานวิจัยที่ได้นำรวบรวมมา สามารถสรุปถึง 4 ประเด็นสำคัญได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 จำนวนงานวิจัยที่ถูกคัดเลือกจำแนกตามปีที่พิมพ์
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2562

1. ความถี่ของการเกิดการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ทั้งในประเทศไทย อยู่ในช่วงร้อยละ 0-70.0 (Sittimongkol et al., 2018) ซึ่งพบผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook, Line และ YouTube มากที่สุด ในขณะที่ต่างประเทศพบความถี่ของการถูกกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์อยู่ในช่วงร้อยละ 4.5-44.1 (Whittaker & Kowalski, 2015; Campbell et al., 2012) โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่พบการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์มากที่สุดคือ Twitter และ Facebook (Whittaker & Kowalski, 2015)

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์หรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์จากผลการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นระยะหรือรูปแบบการใช้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของการกลั่นแกล้งและบทบาทของการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ และปัจจัยที่เป็นคุณลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ การเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ความคับข้องใจ การละทิ้งศีลธรรม พฤติกรรมที่ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งผู้อื่นรู้สึกชื่นชอบที่จะเห็นผู้อื่นรู้สึกทรมานจากการกระทำของตน การมีแนวโน้มไม่แสดงความรู้สึกไม่แสดงความสนใจต่อความรู้สึกผู้อื่น และการมีพฤติกรรมเสี่ยงอื่น ๆ รวมไปถึงปัจจัยที่เป็นคุณลักษณะของพ่อแม่ผู้ปกครอง

3. ผลกระทบของการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ ทั้งในฐานะผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งและผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งผู้อื่น พบว่ามีผลกระทบทางจิตวิทยา ได้แก่ ภาวะซึมเศร้าและอาการวิตกกังวล ภาวะความเครียด การคิดฆ่าตัวตายหรือการพยายามฆ่าตัวตาย รวมถึงผลกระทบทางความรู้สึกมีทั้งที่ถูกประเมินว่าอยู่ใน

ระดับไม่รุนแรงไปจนถึงระดับรุนแรงซึ่งต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิดจากผู้เชี่ยวชาญนอกจากนี้ยังพบว่ามีผลกระทบทางสังคมและปัญหาด้านการเรียนที่ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว แนวทางการรับมือกับผลกระทบที่เกิดขึ้นรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง และการลดหรือการป้องกันการเกิดการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ให้มีความเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

4. การรับมือต่อการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์

งานวิจัยส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะต่อการรับมือต่อการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์เป็นว่าครอบครัว โรงเรียน ผู้ใกล้ชิดกับกลุ่มเด็ก และเยาวชนควรตระหนักถึงการเกิดการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ การเฝ้าระวังกลุ่มเยาวชนที่มีความเสี่ยงในการตกเป็นผู้ถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์อย่างใกล้ชิด สำหรับกลุ่มที่ได้รับผลกระทบทางด้านจิตใจ ไม่ว่าจะเป็นภาวะซึมเศร้า อาการวิตกกังวล หรือความคิดฆ่าตัวตาย ควรได้รับการดูแลจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องหรือจิตแพทย์ ทั้งนี้เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

การอบรมเชิงปฏิบัติการ

ผลการทดสอบวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ก่อนและหลังการเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจาก 3 โรงเรียน และนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยจากการจัดกิจกรรมทั้ง 4 ครั้งใน 3 มหาวิทยาลัย ได้แก่ โรงเรียนฝางชนูปถัมภ์ โรงเรียนสันทรายวิทยาคม โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏ



เชิงใหม่ พบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรมของนักเรียนระดับชั้นมัธยมปลาย (8.28) สูงกว่านักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย (7.75) ในขณะที่คะแนนเฉลี่ยหลังได้รับการอบรมเพิ่มขึ้นในทั้งสองกลุ่ม (นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 8.50 คะแนน และนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย 8.69 คะแนน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} < 0.05$)

จากกิจกรรมแบ่งกลุ่มระดมความคิดเพื่อศึกษาประสบการณ์เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ ในประเด็นของข้อความและพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ที่เคยพบ รวมถึงประสบการณ์ที่เคยถูกระทำหรือเป็นผู้กระทำ และวิธีการรับมือปัญหาดังกล่าว พบว่า นักเรียนและนักศึกษาส่วนใหญ่ ระบุว่า การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์อาจเริ่มต้นมาจากการกลั่นแกล้งหรือการพูดล้อเลียนในรูปแบบของการสื่อสารแบบซึ่งหน้า (Face to Face) เช่น การล้อเลียนเกี่ยวกับบุคลิก รูปลักษณ์หรือพฤติกรรม คำพูดคุกคามเกี่ยวกับทางเพศ คำพูดกลั่นแกล้งที่เป็นภาษาท้องถิ่น การล้อเลียนเกี่ยวกับการใช้ชีวิต และการใช้คำที่มีความหมายเฉพาะกลุ่มที่ไม่สามารถอธิบายความหมายได้ นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมบางส่วน พบการกลั่นแกล้งในพื้นที่ของเกมออนไลน์ที่มีการใช้ถ้อยคำรุนแรง ยั่วแหย่ และอาจทำให้เกิดการนัดหมายมาเผชิญหน้าในเวลาต่อมา เพื่อพูดคุยถึงปัญหา จนอาจเกิดความรุนแรงถึงขั้นทะเลาะวิวาทได้ การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ส่วนใหญ่พบในเกมออนไลน์ เช่น ROV PubG GTA และ Dot A เป็นต้น และพื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Twitter Pantip Weibo Facebook Youtube YelloTalk และ Bigo Live เป็นต้น

สำหรับวิธีการรับมือเมื่อถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ นักเรียนและนักศึกษาที่เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการส่วนใหญ่เสนอแนวทางการรับมือด้วยการนิ่งเฉย ไม่ให้ความสนใจ บล็อกหรือปิดกั้นการแสดงความคิดเห็น ปรับเปลี่ยนมุมมองหรือทัศนคติ ใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น การเล่นเกม หรือขอคำปรึกษาจากครอบครัว นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมบางส่วนเลือกที่ใช้ความรุนแรงในการโต้ตอบเมื่อถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์



ภาพที่ 2 ภาพกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการที่ดำเนินการใน
มหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการทบทวนงานวิจัยพบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์มากที่สุด นอกจากนี้

งานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องจะเป็นการศึกษาในประเทศที่มีการบังคับใช้กฎหมาย มาตรการหรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ (UNICEF, 2016) ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา สเปน และสหราชอาณาจักร Schenk and Fremouw (2012) รวมถึงมีหน่วยงานทั้งของรัฐและเอกชนที่ทำวิจัยเกี่ยวกับการกลั่นแกล้ง และการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์โดยเฉพาะ เช่น องค์การเอกชน Ditch The Label เป็นต้น ในขณะที่ในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายหรือมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์รวมถึงการจัดทำรายงานการสำรวจการกลั่นแกล้งในรูปแบบต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงขนาดและสภาพปัญหาการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ถึงแม้ว่าอัตราการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ซึ่งขึ้นอยู่กับขอบเขตการศึกษาของแต่ละงานวิจัย จะอธิบายว่าแนวโน้มของอัตราดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง อาจจะได้ไม่เป็นที่ประจักษ์สำคัญไปกว่าการพบว่ายังคงมีการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์เกิดขึ้น และยังมีผู้ได้รับผลกระทบจากปัญหาดังกล่าว และหากสะสมเป็นระยะเวลานาน จะส่งผลเสียต่อผู้กระทำการกลั่นแกล้งและผู้ถูกกลั่นแกล้ง จนอาจนำไปสู่ปัญหาที่ร้ายแรง เช่น ภาวะซึมเศร้าและอาการวิตกกังวล ภาวะความเครียด การคิดฆ่าตัวตายหรือการพยายามฆ่าตัวตาย (Tokunaga, 2010; O'Keeffe, Clarke-Pearson, & Council on Communications & Media, 2011; Campbell, Spears, Slee, Butler, & Kift, 2012; Bauman, Toomey, & Walker, 2013; Kowalski & Limber, 2013; Kowalski, Giumetti, Schroeder, & Lattanner, 2014; Sirirassamee & Sirirassamee, 2015; UNICEF, 2016; Surat, 2018) ดังนั้น การสร้างความตระหนักต่อปัญหาและการรับมืออย่างเหมาะสมให้แก่เด็ก

และเยาวชนรวมถึงบุคคลที่สามารถช่วยเหลือได้ และการมีกฎหมายที่ครอบคลุมประเด็นปัญหาการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ มีส่วนสำคัญในการลดปัญหาการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

สำหรับการอบรมเชิงปฏิบัติการทั้ง 7 ครั้งในโรงเรียนรัฐบาลทั้งในและนอกเขตอำเภอเมืองและมหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ โรงเรียนฝางชนูปถัมภ์ โรงเรียนสันทรายวิทยาคม โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายมีคะแนนการทดสอบความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการสูงกว่านักศึกษามหาวิทยาลัย ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากนักเรียนอาจได้รับความรู้ความเข้าใจจากสถานศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่า เมื่อเทียบกับนักศึกษาในมหาวิทยาลัย (Kwamkanung & Kaewchinda, 2016) โดย Patchin, and Hinduja (2011) และ Schenk and Fremouw (2012) พบว่า อาจถูกมองว่านักศึกษาเป็นกลุ่มที่สามารถดูแลตนเองได้และน่าจะสามารถรับมือกับปัญหาได้ดีกว่าเมื่อเทียบกับนักเรียน ทั้งที่ในความเป็นจริงกลุ่มของนักศึกษามีอิสระในการเข้าถึงโลกออนไลน์ และนักศึกษาบางส่วนอาจไม่ได้พำนักอยู่กับครอบครัว จึงอาจจะขาดผู้ให้คำแนะนำในการเผชิญหน้ากับปัญหาได้อย่างเหมาะสมเมื่อถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ อย่างไรก็ตามหลังจากผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการเข้าใจความหมายของการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ รวมทั้งรับรู้ถึงปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ ส่งผลให้ทั้งนักเรียนมัธยมปลายและนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ

กลั่นแกล้งออนไลน์มากขึ้น นั่นคือ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ เป็นประโยชน์และอาจมีส่วนช่วยให้ผู้เข้าอบรมรับมือกับปัญหานี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์ และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นได้ต่อผู้กระทำ และผู้ถูกกระทำ รวมถึงการรับมือหรือการเผชิญหน้าอย่างเหมาะสมกับการกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์มีความจำเป็นสำหรับเยาวชน เพื่อลดโอกาสในการเกิดผลกระทบที่รุนแรง
2. การกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์มีความแตกต่างกันในบริบทของสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหานี้ในประเทศไทยยังคงเป็นที่ต้องการ เพื่อความเข้าใจปัญหาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดขึ้น ผลกระทบ และการรับมือเมื่อพบเจอกับปัญหาอย่างเหมาะสมในบริบทของสังคมไทย
3. นอกจากผู้ที่ถูกกลั่นแกล้ง ผู้กลั่นแกล้งแล้ว บุคคลรอบข้างหรือผู้ใกล้ชิดที่มีความสามารถในการช่วยเหลือกลุ่มเยาวชนในขณะที่พวกเขาเผชิญหน้ากับปัญหา ควรส่งเสริมให้บุคคลกลุ่มนี้ได้รับความรู้และแนวทางสำหรับการแนะแนวแก่กลุ่มเยาวชนอย่างเข้าใจและเหมาะสม และ
4. การส่งเสริมให้มีข้อบังคับ บทลงโทษ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดในโลกออนไลน์เฉพาะกลุ่มเยาวชน

เอกสารอ้างอิง

- Archapetch, N. (2017). Cyberbullying: Aggressive misbehavior and innovation for solution. *The journal of Social Communication Innovation*, 5(1), 100-106.
- Atthajāto, A., & Wattanapradith, K. (2020). 5 institutions for solving thai youth's cyberbullying based on buddhist peaceful means. *Journal of MCU Peace Studies*, 8(extra), 357-370.
- Bauman, S., Toomey, R. B., & Walker, J. L. (2013). Associations among bullying, cyberbullying, and suicide in high school students. *Journal of adolescence*, 36(2), 341-350.
- Campbell, M., Spears, B., Slee, P., Butler, D., & Kift, S. (2012). Victims' perceptions of traditional and cyberbullying, and the psychosocial correlates of their victimisation. *Emotional and Behavioural Difficulties*, 17(3-4), 389-401.
- Dangchamroon, A. (2020). Teacher, Department of curriculum and instruction, Ramkhamhaeng, University. *Interview*. April, 13.
- IBM Corp. Released. (2017). *IBM SPSS statistics for windows, version 25.0*. Armonk, NY: IBM Corp.
- Kowalski, R. M., & Limber, S. P. (2013). Psychological, physical, and academic correlates of cyberbullying and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health*, 53(1), S13-S20.
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: a critical review and

meta-analysis of cyberbullying research among youth.

Psychological Bulletin, 140(4), 1073-1137.

Kwamkanung, J., & Kaewchinda, M. (2016). Counseling with stabilization techniques to enhance coping skills for cyberbullied youth. *Journal of Graduate Studies of Valaya Alongkorn Rajabhat*, 10(2), 40-52.

Office of the Broadcasting Commission Television Business and the National Telecommunications Commission. (2020). *Report on the results of a survey of Internet data about Internet users in Thailand (2020)*. Retrieved from <http://webstats.nbtc.go.th/>

O'Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K., & Council on Communications and Media. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.

Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2011). Traditional and nontraditional bullying among youth: A test of general strain theory. *Youth & Society*, 43(2), 727-751.

Pokaew, D. (2020). Graduate students, faculty of education: Mahachulalongkornrajavidyalaya, University. *Interview*. April, 8.

Pokpong, S., & Musiphan, W. (2010). *Factors affecting attitudes and behaviors of physical violence and bullying through cyber*

- world of thai adolescents*. Nakornprathom: Mahidol University.
- Saejew, P. (2020). Managing director of B.T. Striker Digital Co.,Ltd. *Interview*, January, 5.
- Schenk, A. M., & Fremouw, W. J. (2012). Prevalence, psychological impact, and coping of cyberbully victims among college students. *Journal of School Violence*, 11(1), 21-37.
- Sirirassamee, T., & Sirirassamee, B. (2015). Health risk behavior among thai youth: National survey 2013. *Asia Pacific Journal of Public Health*, 27(1), 76-84.
- Sittimongkol, R. et al. (2018). An application of logistic regression to the study of cyberbullying behavior of students in department of mathematics and statistics, Thammasat University. *Thai Journal of Science and Technology*. 7(1). 1-12.
- Surat, P. (2018). Causes and effects related with cyber bullying: A case study of cybervictim thai youths. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology*, 4(1), 260-273.
- Tokunaga, R. S. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 277-287.

- UNICEF. (2016). *Ending the torment: Tackling bullying from the schoolyard to cyberspace*. Access 16 December 2019, Retrieved from <https://violenceagainstchildren.un.org>
- Whittaker, E., & Kowalski, R. M. (2015). Cyberbullying via social media. *Journal of School Violence*, 14(1), 11-29.
- Yathongkham, W. et al. (2020). Analysis of cyber-bullying messages on youtube websites by using text mining techniques. In *The 16th National Conference on Computing and Information Technology, Bangkok, Thailand*.

บทความวิจัย

พฤติกรรมความรุนแรงในการใช้สื่อของเด็กและเยาวชน

ในจังหวัดเชียงราย

วิชุดา มัตันบุญ¹

Received 25 April 2022

Revises 28 September 2021

Accepted 28 September 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อของนักเรียน 2) เพื่อทำการทดสอบพฤติกรรมการใช้ความรุนแรงในสื่อโซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมการรู้ทันการใช้งานสื่อของนักเรียน ใช้วิธีการเก็บมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม โรงเรียนเป้าหมายในจังหวัดเชียงราย จำนวน 3 โรงเรียน โรงเรียนละ 200 คน รวมทั้งหมด 600 คน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คนไทยวนหรือคนเมือง เรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พักอาศัยอยู่กับบิดามารดาหรือบิดามารดาพร้อมญาติ ผู้ปกครองมีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวหรือผู้รับเหมา เวลาว่างมักจะฟังเพลงหรือดูหนังหรือดูโทรทัศน์ ชอบเล่นเกมต่อสู้ ชอบภาพยนตร์หรือละครแนวผจญภัย เล่น YouTube และใช้โซเชียลมีเดียสำหรับพูดคุยกับเพื่อนและการเรียน นักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยกระทำหรือถูกกระทำการกลั่นแกล้งและเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย การรู้ทันการใช้โซเชียล

¹ ดร.สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แหล่งทุน: กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



มีเดียคือ อ่านข่าวสารที่ได้รับจากโซเชียลมีเดียอย่างละเอียด และการทดสอบพบว่าพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งหรือกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมการถูกเกลียดชังในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับอาชีพของผู้ปกครอง พฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับแนวเกมส์ที่ชอบเล่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ พฤติกรรม, ความรุนแรง, การกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย, การเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย, การรู้เท่าทันสื่อ

Violent Behavior in Media Usage among Children and Youth in Chiang Rai Province

Wichulada Matanboon²

Abstract

This research article aims to 1) survey students' media use behaviors; 2) test students' social media violence behavior and media information literacy behavior. The research was launched by collecting quantitative data using questionnaires from 3 target schools in Chiang Rai Province, 200 students per school, totaling 600 students. The results showed that most of the students are female [Thai-Yuan and Khon Muang] study in Grade 10, live with parents or with relatives. Their parents were trade/personal business and contractor. In their free time, they usually listen to music, watch movies or TV such as adventure movies, enjoy fighting games and often play on YouTube. They also use social media to chat with friends to study and studying most students have not experienced cyberbullying on social media. Almost students never committed/execrate bullying and social media execration. The

² Ph.D., Social Research Institute, Chiang Mai University, Source: THAI MEDIA FUND.



social media awareness behaviors are read the news from social media carefully and the tests found significantly that cyber bullying execration depends on parents' occupation. Social media libeling depends on the type of game that they play of the parents at the 0.05 level of statistical significance.

Keywords: Behavior, Violence, Cyberbullying, Hate Speech,
Media Literacy

บทนำ

ปัจจุบันสื่อสังคมได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของคนในสังคมทุกเพศทุกวัยมากขึ้น รวมทั้งในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่สามารถเข้าถึงสื่อได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารได้ในขณะเดียวกัน และยังเป็นผู้นำเสนอข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเองอย่าง หากเด็กเยาวชนไม่รู้เท่าทันสื่อก็อาจทำให้มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในการใช้สื่อได้ และอาจได้รับผลกระทบจากความรุนแรงในการใช้สื่อได้ อาทิ การกลั่นแกล้งทางออนไลน์ (Cyberbullying) หรือการกลั่นแกล้งบนอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้เด็กและเยาวชนรู้สึกเสียใจและได้รับความเจ็บปวด โดยเฉพาะกลุ่มที่ตกเป็นเหยื่อของการกลั่นแกล้ง ซึ่งการกลั่นแกล้งออนไลน์มักเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการโพสต์หรือส่งข้อความอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ โดยเป็นการละเมิดข่มขู่ ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลต่าง ๆ เช่น เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networks) ห้องสนทนา (Chat Rooms) บล็อก (Blogs) และการส่งข้อความตอบโต้ (Instant Messaging) การกลั่นแกล้งบนออนไลน์ในรูปแบบของการแพร่ข่าวลือ การโพสต์ข่าวเท็จ ลงข้อความที่ทำร้ายจิตใจ แสดงความคิดเห็นหรือลงรูปภาพที่น่าอับอายของผู้อื่น การกีดกันผู้อื่นออกสังคมออนไลน์ ซึ่งการกลั่นแกล้งออนไลน์นี้ผู้กระทำผิดไม่ต้องระบุชื่อหรือที่อยู่ก็สามารถกลั่นแกล้งผู้อื่นบนโลกออนไลน์ได้ และยังสามารถเผยแพร่เนื้อหาต่าง ๆ เหล่านี้ไปได้เป็นวงกว้าง ผลกระทบของการกระทำเหล่านี้ได้นำไปสู่ปัญหาเด็กและเยาวชนในรูปแบบต่าง ๆ ตามมา อาทิ เกิดความรุนแรงในโรงเรียนหรือชุมชน ไม่อยากไปโรงเรียน หนีออกจากสังคมกลุ่มเพื่อน เป็นโรคซึมเศร้า และบางรายถึงกับฆ่าตัวตาย ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของเด็กเยาวชน โดยเฉพาะพัฒนาการเจริญเติบโต ด้านการเรียน ด้านอารมณ์ และด้าน

สังคม ซึ่งผู้ถูกระทำความรุนแรงได้รับผลกระทบนี้ต่อไปในระยะยาว จากการศึกษาของ UNESCO พบว่าในประเทศอังกฤษเด็กอายุ 16 ปี ถูกกลั่นแกล้งที่โรงเรียนมีโอกาสมากขึ้นที่จะไม่ได้รับการศึกษาต่อ และส่งผลกระทบต่อการทำงานในอนาคต รวมทั้งได้รับค่าจ้างในระดับต่ำ โดยได้รับรายได้น้อยกว่าผู้ที่ไม่ถูกกลั่นแกล้ง และจากการศึกษาในประเทศไทยพบว่าร้อยละ 31 ของนักเรียนที่มีความหลากหลายทางเพศถูกกลั่นแกล้งในลักษณะของการล้อเลียนและมีการขาดเรียนในเดือนถัดมา หรือการศึกษาในประเทศอาร์เจนตินา พบว่าร้อยละ 45 ของนักเรียนที่มีความหลากหลายทางเพศมีการออกจากโรงเรียนและผลการเรียนตกต่ำมากกว่านักเรียนปกติ (UNESCO, 2019) นอกจากนี้ การศึกษาของ Lertratthamrongkul (2021) เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งกันในพื้นที่ไซเบอร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น: ความสุข วิธีการจัดการปัญหา และพฤติกรรมเสี่ยงพบว่า นักเรียนที่ถูกกลั่นแกล้งในพื้นที่ไซเบอร์ คิดเป็นร้อยละ 54.57 นักเรียนหญิงมีโอกาสถูกกลั่นแกล้งมากกว่านักเรียนชาย โดยรูปแบบที่มีการกลั่นแกล้งกันมากที่สุด คือ การนิทาผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 60.73 และพฤติกรรมของนักเรียนที่เสี่ยงต่อการถูกกลั่นแกล้งคือ การรับเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่รู้จักกันมาก่อน

ด้วยการเข้าถึงสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบันที่เด็กเยาวชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว จึงทำให้เห็นพฤติกรรมการใช้สื่อทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ที่เด็กนักเรียนต้องเรียนออนไลน์เป็นเวลานานก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เด็กมีเวลาในการท่องโลกออนไลน์มากขึ้น หากเด็กไม่รู้เท่าทันสื่อก็ทำให้มีโอกาสกระทำความรุนแรงบนโลกออนไลน์มากขึ้น และยังนำไปสู่การกระทำความรุนแรงในโลกออนไลน์รูปแบบอื่นตามมา อาทิ การขายบริการ การเล่นพนันออนไลน์ มีงาน

ศึกษาของ Lanka et al. (n.d.) ที่ได้ศึกษาการเล่นการพนันออนไลน์ในกลุ่มของนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และอาชีวศึกษาในสถานศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 6,906 คน จาก 6 ภูมิภาคของประเทศไทย และพบว่า เด็กนักเรียนในภาคเหนือที่เคยเล่นการพนันออนไลน์และเคยลองใช้สารเสพติด จำนวนร้อยละ 30.24 และ 54.76 ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเด็กและเยาวชนในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ได้มีการศึกษาของ Chumpradit (2019) พบว่า การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ร้อยละ 98.80 อันดับสอง ได้แก่ ยูทูบ ร้อยละ 90.80 และอินสตาแกรม เป็นอันดับสาม ร้อยละ 81.51 นอกจากนี้ ยังพบว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายมีทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง

ภาพรวมของจังหวัดเชียงรายพบว่าเป็นจังหวัดที่มีกลุ่มชาติพันธุ์จำนวนมาก และยังมีพื้นที่ติดแนวชายแดนประเทศเมียนมาร์และประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นระยะทางกว่า 308 กิโลเมตร (Border Health Work Chiang Rai Provincial Public Health Office, 2021) ตั้งแต่อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ และอำเภอเวียงแก่น นักเรียนในโรงเรียนขนาดใหญ่และใหญ่พิเศษจึงมีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ โอกาสในการเกิดปัญหาความรุนแรงในรูปแบบต่าง ๆ จึงมีมาก ดังนั้นงานของที่ระบุว่าเด็กเยาวชนชาติพันธุ์มีความเสี่ยงจากการใช้สื่อออนไลน์ โดยภัยสำคัญที่พบมากที่สุดคือการถูกละเมิดหรือถูกคุกคามทางสื่อออนไลน์ (Cyber Bullying) เพราะเป็นประชากรส่วนน้อย ที่มีความแตกต่างจากเด็กและเยาวชนทั่วไปในพื้นที่ (National Health Foundation, 2020) นอกจากความรุนแรงในโลกออนไลน์

แล้วยังพบว่ามีความรุนแรงในรูปแบบของการค้ามนุษย์ด้วยแต่มีรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิมโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร

บทความวิจัยนี้ จึงได้นำเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของเด็กเยาวชนในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อประเด็นความรุนแรงเพื่อลดปัญหาความรุนแรงในเด็กและเยาวชนที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประจำปี พ.ศ. 2562 เพื่อมุ่งศึกษาพฤติกรรมความรุนแรงในการใช้สื่อ (Baseline Data) ของเด็กเยาวชนในโรงเรียนของรัฐในจังหวัดเชียงราย เพื่อนำไปสู่การออกแบบหลักสูตรการอบรมให้ความรู้กับนักเรียนในโรงเรียน เพื่อให้รู้เท่าทันสื่อ มีทักษะในการใช้สื่อ และสามารถพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อให้ความรู้กับเพื่อนและเผยแพร่สู่สังคมได้ โดยมีเป้าหมายโครงการเพื่อลดพฤติกรรมความรุนแรงในกลุ่มเด็กเยาวชน

วัตถุประสงค์

1. สำรวจพฤติกรรมความรุนแรงในการใช้สื่อของนักเรียนในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อทดสอบพฤติกรรมการใช้ความรุนแรงในสื่อโซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมความรู้ทันการใช้งานโซเชียลมีเดียของนักเรียน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยสามารถนำไปออกแบบหลักสูตรการเรียนการสอนและหลักสูตรการอบรมเด็กและเยาวชนเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่ทำงานกับเด็กและเยาวชนที่สามารถนำข้อมูล

ไปต่อยอดการทำงานได้ และมีเป็นประโยชน์ต่อผู้ปกครองเด็กและเยาวชนที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอบรมบุตรหลานได้

วรรณกรรม

1. แนวคิดการกลั่นแกล้งบนโซเชี่ยลมีเดีย (Cyberbullying)

The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation ได้นิยามการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ คือ ลักษณะการกลั่นแกล้งที่กระทบทางจิตใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งรวมถึงได้รับการปฏิบัติในทางที่ก่อให้เกิดความเจ็บปวดและการละเมิดทางจิตใจ โดยวิธีการใช้โทรศัพท์มือถือหรือระบบออนไลน์เพื่อละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น เช่น การกลั่นแกล้งผ่านข้อความ ภาพ คลิป การโทร กลุ่มสนทนา และชุมชนออนไลน์ (UNESCO, 2019) นอกจากนี้ ยังหมายถึงพฤติกรรมที่เป็นอันตรายบนโลกออนไลน์ ที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ถูกกระทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฆ่าตัวตาย (Alim, 2016)

2. แนวคิดประทุษวาจาหรือการเกลียดชังบนโซเชี่ยลมีเดีย (Hate Speech)

แนวคิดเรื่องประทุษวาจา ได้ถูกกล่าวถึงอย่างแพร่หลายโดยองค์กรระดับสากล โดยมีนักวิชาการรวมทั้งองค์กรต่าง ๆ ได้ให้คำนิยามไว้อย่างครอบคลุมหลากหลาย อาทิ องค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNESCO ได้นิยามว่า ประทุษวาจา (Hate Speech) คือ “การสื่อสารใด ๆ ที่ก่อให้เกิดความเกลียดชังของกลุ่มคนอันเนื่องมาจากความแตกต่างทางคุณลักษณะโดยรวมของบุคคลหรือกลุ่มคน (เชื้อชาติ เพศภาวะ ฯลฯ)” (Wilson et al., 2011) ส่วน Inthanon (2018) ได้ให้ความหมาย

ของคำว่า “การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง หรือวาทะที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)” หมายถึง การใช้คำพูด หรือการแสดงออกในทุกรูปแบบที่มีลักษณะยั่วยุ ยุยง หรือส่งเสริมให้เกิดความเกลียดชังและสร้างความมีอคติต่อ “พื้นฐานความเป็นอัตลักษณ์”

โดยสรุปแล้วประทุษวาจา (Hate Speech) หมายถึง เป็นการแสดงออกถึงการเกลียดชังต่อบุคคล หรือกลุ่มบุคคลอย่างชัดเจน โดยพุ่งเป้าไปยังสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม ได้แก่ อาชีพ เผ่าพันธุ์ เพศสภาพ ความพิการ เชื้อชาติ การนับถือศาสนา สีมืด ภูมิลำเนา ที่พักอาศัย แนวความคิดทางการเมืองและสภาพทางสังคม เป้าหมายก็เพื่อการแบ่งแยกทางสังคม และจัดคนอีกกลุ่มออกไป

3. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) คือ “การทำความเข้าใจและการใช้ข้อมูลผ่านสื่อมวลชน (อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ) ในทางที่เป็นการแสดงออกที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม รวมทั้งความสามารถที่จะเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมินผล และสื่อสารข้อมูลในแบบต่าง ๆ การรู้เท่าทันสื่อและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ความเข้าใจอีกอย่างหนึ่งคือความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ ความสามารถในการประเมินและสะท้อนความคิดเห็นที่มีต่อสื่อและสร้างการสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลาย” (UNESCO, 2013; Wilson, 2011)

องค์ประกอบที่สำคัญของการรู้เท่าทันสื่อซึ่งประกอบด้วย 1) การเข้าถึงสื่อ (Accessing) การค้นหาและการใช้งานข้อมูลร่วมกันอย่างเหมาะสม และข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยใช้สื่อและเทคโนโลยีที่ดี 2) การวิเคราะห์ตีความ (Analyze) ใช้การคิดอย่างมีวิจารณญาณเพื่อวิเคราะห์เป้าหมายของการ

นำเสนอของสื่อ 3) การสร้างสรรค์ (Creation) การเขียนหรือการสร้างเนื้อหาสื่อที่มีประสิทธิภาพ มีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม 4) การสะท้อนความคิด (Reflect) พิจารณาผลกระทบของข้อความสื่อและเครื่องมือเทคโนโลยีที่มีต่อความคิดและการกระทำของเราและผลลัพธ์ต่อผู้อื่น รวมถึงความสามารถในการสร้างสื่อปัจเจกบุคคลหรือทำงานร่วมกับบุคคลอื่นในการแบ่งปันความรู้ (Hobbs, 2011)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรของการศึกษาค้างนี้ คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนรัฐบาลในจังหวัดเชียงราย จำนวนประชากรทั้งหมด 12,532 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (2 Stage Sampling) ดังนี้ 1) สุ่มโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาของรัฐบาลขนาดใหญ่และใหญ่พิเศษในจังหวัดเชียงรายมาจำนวน 3 โรงเรียน โดยสุ่มโรงเรียนในเมืองมาจำนวน 1 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์ และสุ่มโรงเรียนนอกเมืองมาจำนวน 2 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนแม่สายประสิทธิ์ศาสตร์ และโรงเรียนเทิงวิทยาคม และ 2) สุ่มนักเรียนที่เรียนระดับมัธยมปลายจากโรงเรียนที่สุ่มมาทั้งสามโรงเรียนจำนวนโรงเรียนละ 200 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 600 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ในรูปแบบ Google Form โดยประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) และคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยการทดสอบเครื่องมือเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้แก่นักเรียนทั้งในรูปแบบเอกสารและ QR Code สำหรับจัดเก็บแบบออนไลน์ และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาหาค่าสถิติโดยผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ทำการวิเคราะห์และนำเสนอค่าสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยได้เลือกใช้การทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบว่าระดับทัศนคติเกี่ยวกับความรุนแรง พฤติกรรมการใช้ความรุนแรงในสื่อโซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมการรู้ทันการใช้งานโซเชียลมีเดียของนักเรียนขึ้นอยู่กับลักษณะของครอบครัวหรือการพักอาศัยของนักเรียน อาชีพของผู้ปกครอง กิจกรรมเวลาว่าง และแนวเกมส์ที่ชื่นชอบ และการทดสอบว่าระดับทัศนคติเกี่ยวกับความรุนแรง พฤติกรรมการใช้ความรุนแรงในสื่อโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการกลั่นแกล้งบนโซเชียลมีเดีย และสาเหตุของการเกลียดชังบนโซเชียลมีเดีย

ผลการวิจัย

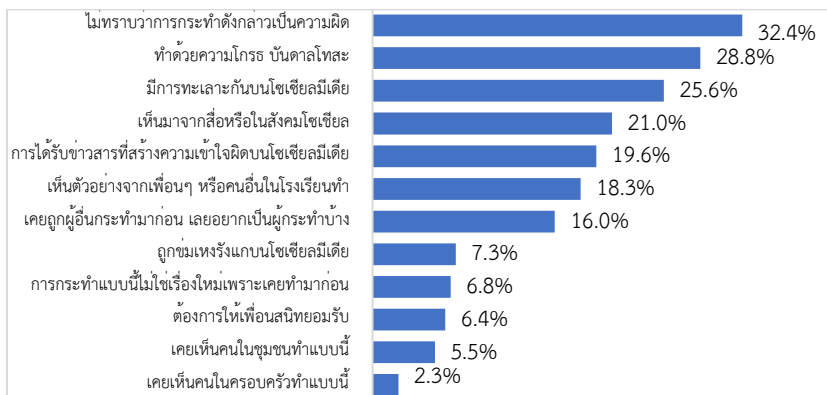
1. ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อของนักเรียน พบว่า เพศของนักเรียนมากที่สุด ได้แก่ เพศหญิง ร้อยละ 66.5 ชาติพันธุ์ของนักเรียนมากที่สุด ได้แก่ ไทยวน (คนเมือง) ร้อยละ 51.9 รองลงมา ได้แก่ ไทยภาคกลาง ร้อยละ 33.0 มัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 46.5 นักเรียนพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา/ บิดา

มารดาพร้อมปู่ย่า/ บิดามารดาพร้อมตายายมากที่สุด ร้อยละ 59.7 รองลงมา ได้แก่ อาศัยอยู่กับปู่ย่า/ ตายาย ร้อยละ 14.5 พบว่า ผู้ปกครองของนักเรียนมีอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้รับเหมา มากที่สุด ร้อยละ 37.2 และเวลาว่างนักเรียนชอบฟังเพลง/ ดูหนัง/ ดูโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 41.7 รองลงมา ได้แก่ เล่นอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 27.8 ปัจจุบันนักเรียนส่วนใหญ่ชอบติดตามเนื้อหาสื่อ หนังสือ/ ละคร/ การ์ตูน/ เพลง/ บันเทิง ร้อยละ 75.6 รองลงมา ได้แก่ เทียว/ กิน ร้อยละ 50.1 นักเรียนชอบเล่นเกมสแนตอส์/ ยิง ร้อยละ 29.7 รองลงมา ได้แก่ ผจญภัย ร้อยละ 17.0 นักเรียนชอบดูภาพยนตร์หรือละครแนว ผจญภัย ร้อยละ 31.0 รองลงมา ได้แก่ บู้ แอ็กชั่น ยิง ต่อสู้ ระทึกใจ ร้อยละ 24.3 นักเรียนมีและใช้โทรศัพท์หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวใช้งานได้อย่างอิสระมากที่สุด ร้อยละ 93.7 ใช้งานโซเชียลมีเดีย 4-6 ชั่วโมง/ วัน มากที่สุด ร้อยละ 40.3 ปัจจุบันนักเรียนมีการใช้งาน YouTube มากที่สุด ร้อยละ 99.3 และนักเรียนมีการใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อพูดคุยกับเพื่อน และการทำงาน/ การเรียน มากที่สุด ร้อยละ 98.7

1.1 พฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ 1) การถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย โดยการเปรียบเทียบร้อยละของถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย นักเรียนเคยถูกผู้อื่นนินทาผ่านโซเชียลมีเดียมากที่สุด ร้อยละ 37.8 และเคยถูกผู้อื่นหลอกหลวงผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อหวังล่อลวงละเมิดทางเพศน้อยที่สุด ร้อยละ 4.3 และ 2) การกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย โดยการเปรียบเทียบร้อยละของการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย นักเรียนเคยแสดงพฤติกรรมนินทาผู้อื่นผ่านโซเชียลมีเดียมากที่สุด ร้อยละ 26.0 และเคยแสดงพฤติกรรมล่อลวงหรือหลอกหลวงให้ผู้อื่นหลงเชื่อผ่านทาง

โซเชียลมีเดียน้อยที่สุด ร้อยละ 3.0 การถูกกลั่นแกล้งและกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียส่วนใหญ่เกิดจากการนินทา

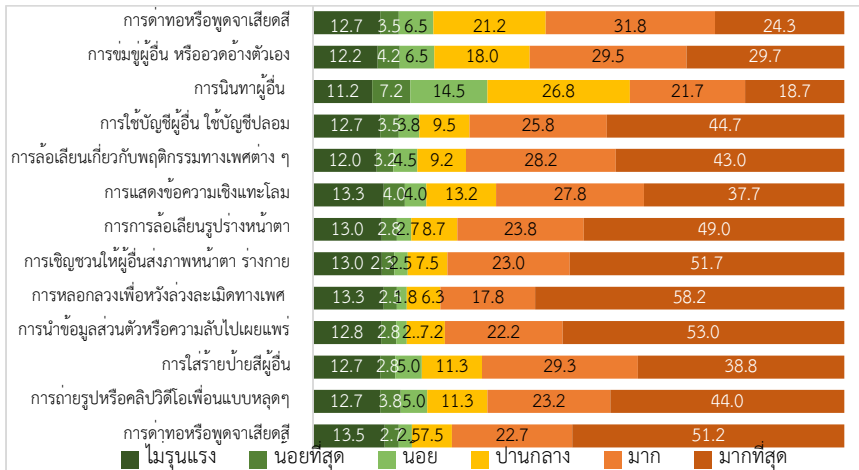
1.2 สาเหตุของการมีพฤติกรรมกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย



ภาพที่ 1 แผนภูมิเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย

จากภาพที่ 1 พบว่า นักเรียนที่มีทัศนคติต่อสาเหตุของพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียว่าเป็นเพราะไม่ทราบว่าการกระทำดังกล่าวเป็นความผิดมากที่สุด ร้อยละ 32.4 รองลงมา คือ ทำด้วยความโกรธ บันดาลโทสะ ร้อยละ 28.8 และน้อยที่สุด คือ เคยเห็นคนในครอบครัวทำแบบนี้ ร้อยละ 2.3

1.3 ระดับทัศนคติต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย



ภาพที่ 2 แผนภูมิเปรียบเทียบร้อยละของระดับทัศนคติต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย

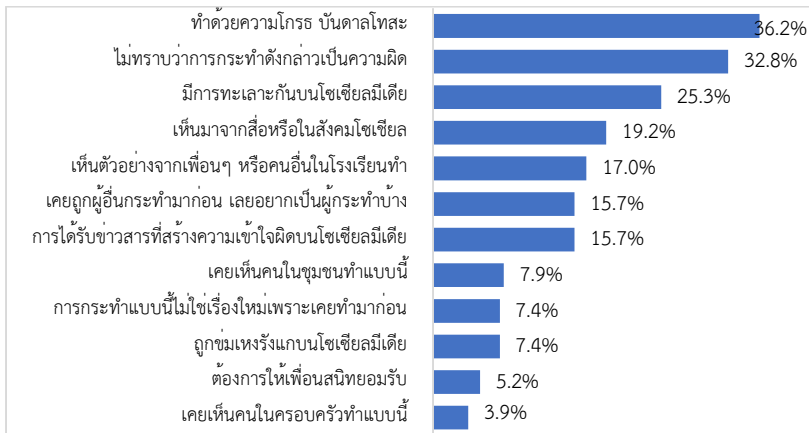
จากภาพที่ 2 พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการดูภาพหรือพุดจาเสียดสีผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น โปส แชน หรือไลฟ์ด่าผู้อื่น ในระดับความรุนแรงมาก ร้อยละ 31.8 การชมผู้อื่น หรืออวดอ้างตัวเอง ผ่านทางโซเชียลมีเดีย ในระดับความรุนแรงมาก ร้อยละ 29.5 การนินทาผู้อื่นผ่านโซเชียลมีเดีย ในระดับความรุนแรงปานกลาง ร้อยละ 26.8 การใช้บัญชีผู้อื่น ใช้บัญชีปลอม ปลอมบัญชีผู้อื่น ใช้บัญชีนิรนามไปด่าผู้อื่นผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อความสะใจ ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 44.7 การล้อเลียนเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศต่าง ๆ หรือเล่ามุขตลกที่ล้อเสียดทางเพศผ่านทางโซเชียลมีเดีย ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 43.0 การแสดงข้อความเชิงเหยียดหยาม ส่อไปในทางขี้สว หรือแสดงความเป็นเจ้าของต่อผู้อื่นผ่านทางโซเชียลมีเดีย

มีเดีย ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 37.7 การล้อเลียนหรือวิจารณ์ อวัยวะหรือรูปร่างหน้าตาผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น ขาเป็ด อ้วน หรือคำพูดต่าง ๆ ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 49.0 การเชิญชวนให้ผู้อื่นส่งภาพและ วิดีโอหน้าตา ร่างกาย หรืออวัยวะเพศผ่านมาทางโซเชียลมีเดียเพื่อเก็บไว้หรือ เผยแพร่ต่อ ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 51.7 การหลอกลวงผู้อื่นผ่าน โซเชียลมีเดียเพื่อหวังลวงละเมิดทางเพศ ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 58.2 การนำข้อมูลส่วนตัวหรือความลับของผู้อื่นไปเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น โปสรูปบัตรประชาชนของเพื่อนผ่านสื่อโซเชียล ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 53.0 การใส่ร้ายป้ายสีผู้อื่นผ่านโซเชียลมีเดีย ในระดับความรุนแรง มากที่สุด ร้อยละ 38.8 การถ่ายรูปหรือคลิปวิดีโอเพื่อนแบบหลุด ๆ แล้วเอาไป แสดงความคิดเห็นผ่านทางโซเชียลมีเดีย ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 44.0 และการล่อลวงหรือหลอกลวงให้ผู้อื่นหลงเชื่อผ่านทางโซเชียลมีเดีย ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 51.2

1.4 พฤติกรรมการเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ 1) การถูก เกลียดชังในโซเชียลมีเดีย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยถูกเกลียดชังในโซเชียล มีเดีย โดยการเปรียบเทียบร้อยละของการถูกเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย นักเรียน เคยถูกเข้าใจผิด โดยผู้อื่นโน้มน้าวชักจูงให้บุคคลอื่นเชื่อในข้อมูลผิด ๆ มากที่สุด ร้อยละ 29.0 และเคยถูกไล่ล่า ช่มชู้ คุกคาม รุมประณามเพราะเห็นต่างจากคน อื่น น้อยที่สุด ร้อยละ 7.2 และ 2) การแสดงความเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยแสดงถึงความเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย การเปรียบเทียบร้อยละของทัศนคติเกี่ยวกับการเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย นักเรียนเคยใช้ภาษาที่รุนแรง หยาดคาย ดุถูก เหยียดหยามมากที่สุด อยู่ที่

ร้อยละ 35.0 และเคยไล่ล่า ช่มชู้ คุกคาม รุมประณาม ผู้ที่เห็นต่างน้อยที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 4.2

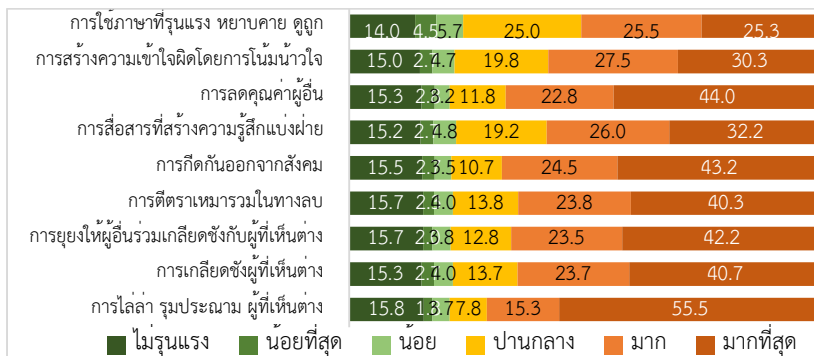
1.5 สาเหตุการแสดงพฤติกรรมความเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย



ภาพที่ 3 แผนภูมิเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อพฤติกรรม
การเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย

จากภาพที่ 3 พบว่า นักเรียนที่มีทัศนคติต่อสาเหตุการแสดงพฤติกรรมความเกลียดชังในโซเชียลมีเดียเป็นเพราะ ทำด้วยความโกรธ บันดาลโทสะมากที่สุด ร้อยละ 36.2 รองลงมา คือ ไม่ทราบว่าการกระทำดังกล่าวเป็นความผิด ร้อยละ 32.8 และน้อยที่สุด เคยเห็นคนในครอบครัวทำแบบนี้ ร้อยละ 3.9

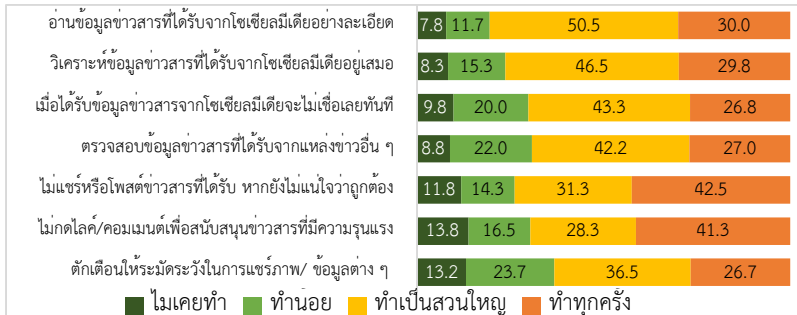
1.6 ระดับทัศนคติต่อพฤติกรรมความเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย



ภาพที่ 4 แผนภูมิเปรียบเทียบร้อยละของระดับทัศนคติต่อพฤติกรรม
การเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย

จากภาพที่ 4 พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการ
ใช้ภาษาที่รุนแรง หยาดคาย ดูถูก เหยียดหยาม ในระดับความรุนแรงมาก ร้อยละ
25.5 การสร้างความเข้าใจผิด โดยการโน้มน้าวใจชักจูงให้เชื่อด้วยข้อมูลผิด ๆ
หรืออคติส่วนตัว อยู่ในระดับความรุนแรงมาก ร้อยละ 30.3 การลดคุณค่าผู้อื่น
ทำให้กลายเป็นตัวตลก อยู่ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 44.0
การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกแบ่งฝัก แบ่งฝ่าย อยู่ในระดับความรุนแรงมาก
ร้อยละ 32.2 การกีดกันออกจากสังคม อยู่ในระดับความรุนแรงมากที่สุด
ร้อยละ 43.2 การตีตราเหมารวมในทางลบ อยู่ในระดับความรุนแรงมากที่สุด
ร้อยละ 40.3 การยุยงให้ผู้อื่นร่วมเกลียดชังกับผู้ที่เห็นต่าง อยู่ในระดับความ
รุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 42.2 การเกลียดชังผู้ที่เห็นต่าง อยู่ในระดับความรุนแรง
มากที่สุด ร้อยละ 40.7 และการไล่ล่า ช่มชู้ คุกคาม รุมประณาม ผู้ที่เห็นต่าง
อยู่ในระดับความรุนแรงมากที่สุด ร้อยละ 55.5

1.7 ระดับพฤติกรรมความรู้เท่าทันการใช้โซเชียลมีเดียของนักเรียน



ภาพที่ 5 แผนภูมิเปรียบเทียบร้อยละของพฤติกรรมความรู้ทันการใช้โซเชียลมีเดียของนักเรียน

จากภาพที่ 5 พบว่า นักเรียนเห็นข่าวสารจากโซเชียลมีเดีย นักเรียนมีพฤติกรรมอ่านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากโซเชียลมีเดียอย่างละเอียด เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.5 วิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากโซเชียลมีเดียอยู่เสมอทำเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.5 เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากโซเชียลมีเดียจะไม่เชื่อเลยทันทีทำเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 43.3 ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากแหล่งข่าวอื่น ๆ ทำเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.2 ไม่แชร์หรือโพสต์ภาพ/ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ หากยังไม่แน่ใจว่าถูกต้องทำทุกครั้ง ร้อยละ 42.5 ไม่กดไลค์หรือแสดงความคิดเห็นเพื่อสนับสนุนข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาการกระทำความรุนแรงในโซเชียลมีเดียทำทุกครั้ง ร้อยละ 41.3 และแจ้งเตือนเพื่อน

หรือบุคคลใกล้ชิดให้ระมัดระวังในการแชร์ภาพ/ ข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางโซเชียลมีเดียทำเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.5

2. ผลการทดสอบพฤติกรรมการใช้ความรุนแรงในสื่อโซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมการรู้ทันการใช้งานโซเชียลมีเดียของนักเรียน

ตารางที่ 1 ค่าไคสแควร์ (χ^2) ของการถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย การกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย การถูกเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย การเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมการรู้ทันการใช้งานโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับลักษณะของครอบครัวหรือการพักอาศัยของนักเรียน อาชีพของผู้ปกครอง กิจกรรมเวลาว่าง และแนวเกมส์ที่ชอบเล่น

พฤติกรรม ในโซเชียลมีเดีย	ค่า χ^2 (P-value)			
	ครอบครัว/ การพัก อาศัย	อาชีพ ผู้ปกครอง	กิจกรรม เวลาว่าง	แนว เกมส์ ที่ชอบ
การถูกกลั่นแกล้ง	3.87 (0.57)	17.37 (0.01*)	7.96 (0.34)	23.84 (0.00*)
การกลั่นแกล้ง	6.19 (0.29)	10.73 (0.03*)	6.93 (0.44)	10.62 (0.16)
การถูกเกลียดชัง	10.11 (0.07)	14.47 (0.01*)	8.57 (0.29)	10.93 (0.14)
การแสดงความเกลียดชัง	2.85 (0.72)	8.71 (0.07)	11.75 (0.11)	4.17 (0.76)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

พฤติกรรม ในโซเชียลมีเดีย	ค่า χ^2 (P-value)			
	ครอบครัว/ การพัก อาศัย	อาชีพ ผู้ปกครอง	กิจกรรม เวลาว่าง	แนว เกมส์ ที่ชอบ
การรู้ทันสื่อ	23.03 (0.08)	17.85 (0.12)	18.66 (0.61)	18.84 (0.60)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมการถูกเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย ขึ้นอยู่กับอาชีพของผู้ปกครอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับแนวเกมส์ที่นักเรียนชอบเล่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทดสอบการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย และทดสอบการเกลียดชังในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย

**ตารางที่ 2 ค่าไคสแควร์ (χ^2) ของการกลั่นแกล้งและเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย
ขึ้นอยู่กับสาเหตุของการกลั่นแกล้งและเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย**

สาเหตุ	ผลการทดสอบ χ^2 (P-value)	
	พฤติกรรมการ กลั่นแกล้ง	พฤติกรรมการ เกลียดชัง
ไม่ทราบว่าการกระทำดังกล่าวเป็น ความผิด	7.52 (0.01*)	0.24 (0.63)
เคยเห็นคนในครอบครัวทำแบบนี้	0.79 (0.38)	10.76 (0.00*)
ทำด้วยความโกรธ บันดาลโทสะ	3.07 (0.08)	3.87 (0.05*)
เคยเห็นคนในชุมชนทำแบบนี้	0.11 (0.75)	12.37 (0.00*)
การกระทำแบบนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่เพราะ เคยทำมาก่อน	0.56 (0.46)	3.84 (0.05*)
เห็นตัวอย่างจากเพื่อน ๆ หรือคนอื่นใน โรงเรียนทำ	9.99 (0.00*)	6.76 (0.01*)
เคยถูกผู้อื่นกระทำมาก่อน เลยอยาก เป็นผู้กระทำบ้าง	1.34 (0.25)	0.79 (0.37)
เห็นมาจากสื่อหรือในสังคมโซเชียล	1.57 (0.21)	2.77 (0.10)
ต้องการให้เพื่อนสนิทยอมรับ	0.77 (0.38)	2.82 (0.09)
การได้รับข่าวสารที่สร้างความเข้าใจผิด บนโลกโซเชียล	8.23 (0.00*)	2.97 (0.09)
มีการทะเลาะกันบนโลกโซเชียล	3.33 (0.07)	4.49 (0.03*)
ถูกข่มเหงรังแกบนโลกโซเชียล	1.86 (0.17)	1.86 (0.17)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ ไม่ทราบว่าการกระทำดังกล่าวเป็นความผิด เห็นตัวอย่างจากเพื่อน ๆ หรือคนอื่นในโรงเรียนทำ และการได้รับข่าวสารที่สร้างความเข้าใจผิดบนโลกโซเชียล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพฤติกรรมการความเกลียดชังในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เคยเห็นคนในครอบครัวทำแบบนี้ ทำด้วยความโกรธ บันดาลโทสะ เคยเห็นคนในชุมชนทำแบบนี้ การกระทำแบบนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่เพราะเคยทำมาก่อน เห็นตัวอย่างจากเพื่อน ๆ หรือคนอื่นในโรงเรียนทำ และมีการทะเลาะกันบนโลกโซเชียล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผล

1. ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อของนักเรียน พบว่านักเรียนส่วนใหญ่เป็นนักเรียนเพศหญิง คนไทยวนหรือคนเมือง เรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พักอาศัยอยู่กับบิดามารดา/ บิดามารดาพร้อมญาติ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้รับเหมา ในเวลาว่างนักเรียนมักจะฟังเพลง/ ดูหนัง/ ดูโทรทัศน์ โดยมีพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย คือนักเรียนมักจะดูหนัง/ ละคร/ การ์ตูน/ เพลง/ บันเทิง ชอบเล่นเกมสต่อสู้หรือยิงกัน ภาพยนตร์หรือละครที่ชอบดู คือ ผจญภัย ส่วนใหญ่แล้วนักเรียนจะมีโทรศัพท์/ เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่ใช้งานได้อย่างอิสระ การใช้งานโซเชียลมีเดียส่วนใหญ่อยู่ที่ประมาณ 4-6 ชั่วโมงต่อวัน สื่อโซเชียลที่เล่นเป็นประจำ คือ YouTube และส่วนใหญ่จะใช้โซเชียลมีเดียสำหรับพูดคุยสนทนากับเพื่อนหรือผู้อื่น และการทำงานหรือการเรียน นักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยถูกรบกวน/ กระทำการกลั่นแกล้ง



ในโซเชียลมีเดียในทุกกรณี นอกจากนี้นักเรียนที่มีพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียเป็นเพราะ ไม่ทราบว่ากระทำความผิดก่อกวนเป็นความผิด และนักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยถูกระงับ/ กระทำการความเกลียดชังในโซเชียลมีเดียในทุกกรณี นอกจากนี้นักเรียนที่มีพฤติกรรมการเกลียดชังในโซเชียลมีเดียเป็นเพราะ ทำด้วยความโกรธ บันดาลโทสะ โดยพฤติกรรมการรู้เท่าทันการใช้โซเชียลมีเดีย จะมีการอ่านข้อมูลข่าวสารอย่างละเอียด

2. ผลการทดสอบพฤติกรรมการใช้ความรุนแรงในสื่อโซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมการรู้ทันการใช้งานโซเชียลมีเดียของนักเรียน พบว่า พฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมการถูกเกลียดชังในโซเชียลมีเดียของนักเรียน ขึ้นอยู่กับอาชีพของผู้ปกครอง และพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับแนวเกมส์ที่นักเรียนชอบเล่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และทดสอบการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย และทดสอบการเกลียดชังในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย พบว่า การกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ นักเรียนไม่ทราบว่ากระทำความผิดก่อกวนเป็นความผิด เห็นตัวอย่างจากเพื่อน ๆ หรือคนอื่นในโรงเรียนทำ และการได้รับข่าวสารที่สร้างความเข้าใจผิดบนโลกโซเชียล และการเกลียดชังในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เคยเห็นคนในครอบครัวทำแบบนี้ ทำด้วยความโกรธ บันดาลโทสะ เคยเห็นคนในชุมชนทำแบบนี้ การกระทำแบบนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่เพราะเคยทำมาก่อน เห็นตัวอย่างจากเพื่อน ๆ หรือคนอื่นในโรงเรียนทำ และมีการทะเลาะกันบนโลกโซเชียล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ได้นำไปสู่การออกแบบหลักสูตรเพื่อให้ความรู้ ประเด็นความรุนแรงในสังคมและทักษะการผลิตสื่อให้กับนักเรียนในโรงเรียน เป้าหมายของโครงการ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในพื้นที่

อภิปราย

พฤติกรรมถูกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมถูกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมถูกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย ขึ้นอยู่กับอาชีพของผู้ปกครอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า อาชีพของผู้ปกครองส่งผลต่อพฤติกรรมถูกลั่นแกล้งในโซเชียล การถูกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย และการถูกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย ซึ่งผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพที่ทำงานไม่เป็นเวลา เพราะเด็กเยาวชนและผู้ปกครองมีเวลาไม่ตรงกัน ผู้ปกครองจึงไม่มีเวลาดูแลอย่างเต็มที่ เด็กเยาวชนบางคนจึงแสดงมีพฤติกรรมออกมาโดยไม่รู้ว่าเป็นเรื่องผิดหรือไม่ถูกต้อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cutrakul (2016) เรื่องครอบครัวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) ของดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) กล่าวว่า ครอบครัวเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญในการเลี้ยงดู อบรมสั่งสอน เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวเป็นคนดี และอยู่ในสังคมอย่างมีคุณภาพ และหน้าที่ที่สำคัญของครอบครัวในยุคสังคมข่าวสาร คือ ต้องทำหน้าที่ดูแล ให้คำแนะนำ และสร้างภูมิคุ้มกันให้ดิจิทัลเนทีฟ รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล คือ รู้ใช้ (Use) รู้เข้าใจ (Understand) และรู้สร้างสรรค์ (Create) อาชีพผู้ปกครองที่ทำให้เด็กเยาวชนมีความเสี่ยงและมีแนวโน้มการถูกลั่นแกล้งคือ อาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว ผู้รับเหมาและอาชีพรับจ้างทั่วไป อาชีพผู้ปกครองดังกล่าวจึงมีผลต่อเด็กบางคน ไม่ว่าจะเป็นการถูกลั่นแกล้งเพื่อน หรือถูกเพื่อนถูกลั่นแกล้ง หรือถูกลั่นแกล้ง เนื่องจากอาชีพผู้ปกครองดังกล่าวอาจ

มีเวลาในการเลี้ยงดูเด็กไม่เต็มที่ ผู้ปกครองเยาวชนอาจเข้าไม่ถึงสื่อโซเชียลมีเดีย จึงทำให้ตามพฤติกรรมเด็กไม่ทันและไม่สามารถสอนเด็กเกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดียได้ ซึ่งการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์นั้นส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อเด็กและเยาวชนอย่างมาก

พฤติกรรมถูกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับแนวเกมส์ที่นักเรียนชอบเล่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าแนวเกมส์ที่นักเรียนชอบเล่นส่งผลต่อพฤติกรรมถูกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย ในปัจจุบันเกมส์เข้ามามีอิทธิพลกับเด็กและเยาวชนเป็นอย่างมากและเกมส่วนใหญ่เป็นเกมแนวต่อสู้และแฝงไปด้วยความรุนแรง ซึ่งการเล่นเกมส์แนวนี้หากไม่มีคำแนะนำที่ดีหรือไม่มีการควบคุมในการเล่นจะทำให้เด็กคล้อยตามไปกับแนวเกมส์ได้และอาจมีพฤติกรรมลอกเลียนแบบเกม ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมถูกลั่นแกล้งหรือการเกลียดชังผ่านโซเชียลได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Puttipirunwong (2019) เรื่อง สื่อเกมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงของเยาวชนในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เล่นประเภทเกมออนไลน์ต่างกันมีพฤติกรรมความรุนแรงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการเล่นประเภทเกมออนไลน์ต่างกันมีพฤติกรรมความรุนแรงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากปัจจุบันนี้เนื้อหาในเกมที่เล่นมักถูกคิดค้นและสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีคุณลักษณะที่คนเล่นจะติดได้ง่าย เช่น เกมที่ต้องมีการใช้เงินซื้อไอเทมต่าง ๆ หรือคนที่เล่นเกมเก่งมักจะรู้สึกว่าเป็นผู้นำ มีอำนาจ จึงสามารถช่วยเหลือผู้อื่นในเกมได้ ทำให้เขาเกิดความภูมิใจในการวางอำนาจได้แบบไม่เหมาะสม จึงทำให้เขาหันไปใช้สื่อพวกนี้มากกว่าการมีปฏิสัมพันธ์ในโลกของความจริง และสอดคล้องกับ Sittichai and Tudkuea (2017) เรื่อง พฤติกรรมรังแกบนโลก

ไซเบอร์ของเยาวชนในสามจังหวัดชายแดนใต้ พบว่า การรังแกกันของเยาวชนผ่านโลกไซเบอร์ ส่วนใหญ่มาจากปัญหาด้านเกม โดยเยาวชนชื่นชอบในการเล่นเกมนต่อสู้ รุนแรง เกมยิง ซึ่งสามารถพูดคุยกันได้โดยใช้เสียงและสามารถพิมพ์โต้ตอบกันในเกมได้ เพราะมองว่าสนุก เป็นการคลายเครียด และมีพฤติกรรมที่ชอบไปรังแกคนอื่นบนโลกไซเบอร์ เพราะเยาวชนมองว่าเป็นเรื่องที่สนุก การกระทำแบบนี้เป็นเรื่องปกติธรรมดาที่ใคร ๆ ก็ทำ จึงไม่ได้รู้สึกว่าการรังแกบนโลกไซเบอร์เป็นเรื่องผิดปกติ

พฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ ไม่ทราบว่าการกระทำดังกล่าวเป็นความผิด เห็นตัวอย่างจากเพื่อน ๆ หรือคนอื่นในโรงเรียนทำและการได้รับข่าวสารที่สร้างความเข้าใจผิดบนโลกโซเชียล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า สาเหตุของการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ ไม่ทราบว่าการกระทำดังกล่าวเป็นความผิด เห็นตัวอย่างจากเพื่อน ๆ หรือคนอื่นในโรงเรียนทำ และการได้รับข่าวสารที่สร้างความเข้าใจผิดบนโลกโซเชียล ส่งผลต่อการกลั่นแกล้งในโซเชียลมีเดีย เป็นสาเหตุส่งผลให้เด็กนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในพื้นที่จังหวัดเชียงรายมีพฤติกรรมการกลั่นแกล้งผู้อื่นในโซเชียลมีเดีย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Archaphet (2017) ได้ศึกษาเรื่องการรังแกผ่านโลกไซเบอร์ ความรุนแรงที่ต้องแก้ไข และนวัตกรรมการจัดการปัญหา โดยการกลั่นแกล้งกันบนโซเชียลมีเดียสาเหตุหลักเกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ง่ายต่อการใช้งาน เป็นการสื่อสารที่สามารถใช้ได้ทันที ดังนั้นเมื่อเกิดความไม่เข้าใจในการสื่อสาร หรือได้รับข่าวสารผิดจากโซเชียลมีเดีย เด็กเยาวชนจึงใช้โซเชียลมีเดียในการกระทำการกลั่นแกล้งโดยแสดงความคิดเห็น

ผ่านโซเชียลมีเดีย การโพสต์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย จึงทำให้เกิดการทะเลาะกัน
ในโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างความเสียหายให้กับคู่กรณี

พฤติกรรมความเกลียดชังในโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับสาเหตุของการ
เกลียดชังในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เคยเห็นคนในครอบครัวทำแบบนี้ ทำด้วยความ
โกรธ บั่นดาลโทสะ เคยเห็นคนในชุมชนทำแบบนี้ การกระทำแบบนี้ไม่ใช่เรื่อง
ใหม่เพราะเคยทำมาก่อน เห็นตัวอย่างจากเพื่อน ๆ หรือคนอื่นในโรงเรียนทำ
และมีการทะเลาะกันบนโลกโซเชียล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
หมายความว่า สาเหตุของการเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เคยเห็นคนใน
ครอบครัวทำแบบนี้ ทำด้วยความโกรธ บั่นดาลโทสะ เคยเห็นคนในชุมชนทำ
แบบนี้ การกระทำแบบนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่เพราะเคยทำมาก่อน เห็นตัวอย่างจาก
เพื่อน ๆ หรือคนอื่นในโรงเรียนทำ และมีการทะเลาะกันบนโลกโซเชียล ส่งผล
ต่อการเกลียดชังในโซเชียลมีเดีย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sittichai and
Tudkuea (2017) เรื่อง พฤติกรรมรังแกบนโลกไซเบอร์ของเยาวชนในสาม
จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีสาเหตุของการรังแกกันของเยาวชนผ่านโลกไซเบอร์
ส่วนใหญ่มาจากปัญหาด้านอิทธิพลความรุนแรงจากเพื่อน โดยพฤติกรรมของ
เพื่อนนั้นชอบใช้ความรุนแรงต่อกัน ซึ่งในบางครั้งถึงขั้นมีเรื่องชกต่อยกัน
ภายหลัง ร้ายไปกว่านั้นคือ เยาวชนที่มีพฤติกรรมรังแกผู้อื่นบนโลกไซเบอร์เลือก
คบเพื่อนที่เป็นกลุ่มเสี่ยง ทั้งเพื่อนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่สุ่มเสี่ยงในด้าน
ยาเสพติด พฤติกรรมก้าวร้าว ซึ่งเยาวชนดังกล่าวจะเห็นเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่อง
ปกติธรรมดา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้ปกครองเด็กและเยาวชนต้องมีการเรียนรู้และมีทักษะเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อให้รู้เท่าทันและสามารถนำไปใช้ในการให้ความรู้กับบุตรหลานได้ โดยเฉพาะการแสดงพฤติกรรมความรุนแรงในรูปแบบต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ นอกจากนี้ ผู้ปกครองควรหาเวลาว่างอยู่กับบุตรหลานให้มากขึ้น มีกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์และสร้างความใกล้ชิดระหว่างคนในครอบครัว เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกันให้ และมีการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับทักษะการใช้สื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และผลกระทบจากการใช้สื่อในระหว่างการพูดคุยกับบุตรหลาน เป็นการสร้างบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เป็นกันเองกับเด็กเพื่อให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการกระทำการกลั่นแกล้งทางออนไลน์พบว่าเด็กเยาวชนที่กระทำนั้นเพราะไม่รู้ว่าการกระทำดังกล่าวเป็นความผิด เป็นการสะท้อนให้เห็นว่าเด็กนักเรียนยังขาดความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจึงทำให้แสดงออกถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมดังกล่าวที่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สำนักเขตพื้นที่มัธยมศึกษาจังหวัด สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัด ฯลฯ ควรมีการดำเนินงานเชิงรุกเกี่ยวกับการให้ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำผิดทางอินเทอร์เน็ต เพราะในปัจจุบันสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อชีวิตของเด็กและเยาวชนอย่างมาก ดังนั้นเด็กและเยาวชนควรรู้เท่าทันและเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมีทักษะในการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อให้สามารถรู้เท่าทันสื่อ เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของสื่อออนไลน์ได้ง่าย

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

ควรมีการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ความรุนแรงในโซเชียลมีเดียและพฤติกรรมความรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนในระดับที่กว้างขึ้น เช่น ระดับภาคและระดับประเทศ แล้วทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแต่ละพื้นที่หรือแต่ละภูมิภาค เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางในการให้ความรู้กับเด็กเยาวชนในแต่ละพื้นที่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Alim, S. (2016). Cyberbullying in the world of teenagers and social media: A literature review. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 6(2), 68-95.
- Archaphet, N. (2017). Cyberbullying: Aggressive misbehavior and innovation for solution. *The Journal of Social Communication Innovation*, 1(9), 100-106.
- Border Health Work Chiang Rai Provincial Public Health Office. (2021). *Overview of Chiang Rai province*. Chiang Rai: Border Health Work Chiang Rai Provincial Public Health Office.
- Chumpradit, K. (2019). Relationship between Uses of social media and media literacy of teenage of Chiang Rai province. *CRRU Journal of Communication Chiangrai Rajabhat University*, 2(2), 1-20.

- Cutrakul, S. (2016). Digital literacy, digital natives and family.
Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University, 11(1), 99-118.
- Hobbs, R. (2011). *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Inthanon, S. (2018). *Hate speech*. Bangkok: Natchwat.
- Lanka, W. et al. (n.d.). *Online gambling addiction behavior research report: Causal factors, processes, behavioral sciences effects and guidelines for helping students with online gambling addiction for school guidance teachers*. Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Lertratthamrongkul, W. (2021). Cyberbullying among Secondary School Students: Prevalence, Problemsolving and Risk Behaviors. *NEU Academic and Research Journal*, 11(1), 275-289.
- National Health Foundation. (2020). *Protect children and youth from online threats experiences and lessons from 10 provinces*. Bangkok: National Health Foundation.
- Puttipirunwong, W. (2019). *Online gaming that affects the aggressive behavior among adolescents in Amphoe Muang, Chonburi*. Master of Arts in Political Science Program in Justice and Social Administration, Burapha University.

- Sittichai, R., & Tudkuea, T. (2017). Cyberbullying behavior among youth in the three southern border Provinces, Thailand. *Academic Services Journal Prince of Songkla University*, 28(1), 86-99.
- UNESCO. (2013). *Global media and information literacy (MIL) assessment framework: Country readiness and competencies*. Paris: UNESCO.
- UNESCO. (2019). *Behind the numbers: Ending school violence and bullying*. Paris: UNESCO.
- Wilson, C. et al. (2011). *Media and information literacy: Curriculum for teachers*. Paris: UNESCO.

บทความวิจัย

สื่อและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชั้นนวัตกรรมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 3

จำรูญ กลีวัตร¹

Received 8 November 2021

Revises 9 December 2021

Accepted 12 September 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของสื่อที่เป็นตัวสินค้าที่จะให้นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 ได้เรียนรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชั้นที่ 3 ชั้นนวัตกรรม 2) เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารของครูนักเรียนที่จะสื่อสารกันในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชั้นที่ 3 ชั้นนวัตกรรม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมาย 17 คน เลือกแบบเจาะจงจากกลุ่มนักศึกษาหลักสูตรผู้นำการพัฒนาที่ยั่งยืน (นพย.) ของมูลนิธิชัยพัฒนา โดยใช้เทคนิคการตรวจสอบผลการสัมภาษณ์ โดยเทคนิคเดลฟาย 3 รอบ และตรวจสอบผลว่าตรงกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงหรือไม่ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน มีประสบการณ์สูงโดยเลือกแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะของสื่อที่เป็นตัวสินค้าอันดับที่ 1 ควรมีลักษณะให้นักเรียนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมผลิต ออกมาเป็นสินค้านวัตกรรมของโรงเรียน 2) การสื่อ ควรมีการสื่อสารโดยใช้สื่อหลายรูปแบบทั้งออนไลน์ ประชุม

¹ ดร.วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



ผู้ปกครอง ระหว่างโรงเรียนกับลูกคำให้นักเรียนได้เรียนรู้ และทุกประเด็นที่พบและถูก
ยืนยันสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงทุกข้อ

คำสำคัญ: สื่อ, การสื่อสาร, เศรษฐกิจพอเพียง, ชั้นนวัตกรรม, การเรียนรู้

Media and Communication for Learning Innovative Step of Sufficiency Economy Philosophy for Grade 7 to Grade 9 Students in Secondary School

JUMROON KASIWAT²

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the characteristics of the media as a product for Grade 7 to Grade 9 students in secondary school to learn Step 3: Innovation Step of Sufficiency Economy Philosophy, and 2) to study the teachers' and students' communication methods in Step 3: Innovation Step of Sufficiency Economy Philosophy. This study was qualitative research, and interviews were conducted with the target audience, consisting of 17 students chosen through purposive sampling. All of them were students in the group of the Sustainable Development Leaders Program (SDL) of the Chaipattana Foundation. Inspection techniques were used, and the interview results from 3 rounds of Delphi technique were examined by 3 eminent people to see if the media were adequately consistent with the Sufficiency Economy Philosophy or not. The research results showed that 1) the characteristics of the media that were the number 1 product should have characteristics for students to think, collaborate, and

² Ph.D., Graduate School of Commerce, Burapha University

produce in order to make the product come out as an innovative school product. 2) There should be many forms of media, both online conferences and parent meetings, to let schools and the customers communicate so that students learn something, and all found issues should be confirmed to be consistent with all principles of the Sufficiency Economy Philosophy.

Keywords: Media, Communication, Sufficiency Economy Philosophy,

Innovation Step, Learning

บทนำ

สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้พระราชดำรัสไว้ว่า

“คนไทยเป็นจำนวนมากอาศัยอยู่ในชนบท เมื่อมีคนอยู่มากย่อมมีปัญหามากเป็นธรรมดา ปัญหาชนบทเกี่ยวเนื่องด้วยการดำเนินชีวิตของประชาชน และการทำมาหากินส่วนใหญ่ผู้ที่อยู่ในชนบทจะประกอบอาชีพขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ที่ดิน น้ำ พันธุ์พืช แรงงาน ดินฟ้าอากาศ และตลาด ถ้าสิ่งใดสิ่งหนึ่งขาดแคลนรายได้ก็จะน้อย ผลิตอาหารได้ไม่พอกิน” (Office of the Royal Development Projects Board (ORDPB), 2016)

จากพระราชดำรัส ดังกล่าวนักวิชาการได้มีการนำไปเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาให้กับนักเรียน เพื่อที่ฝึกให้นักเรียน เรียนรู้ในการแก้ปัญหา หากพบปัญหาดังกล่าวในอนาคต เมื่อเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ เช่น โรงเรียนคุรุบุรี (ชัยพัฒนาพิทยาคม) จังหวัดพังงา (Thanomsing, 2016) สอดคล้องกับ Turner et al. (2018) ที่พบว่าการเรียนรู้ของนักเรียนจะต้องมาจากการนำไปหาหมาย การเรียนรู้ กำหนดรูปแบบการประเมินการเรียนรู้ และการวางแผน เพื่อการเรียนรู้จะเกิดประสบการณ์จากการเรียนรู้ และการเรียนรู้ของนักเรียนที่สามารถแก้ปัญหาเป็น ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปได้ดี คือ การเรียนรู้หลักการของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่พบว่ามี 3 ระดับ ได้แก่ ขั้นที่ 1 กิณะอะไรปลูกสิ่งนั้นเหลือขาย ขั้นที่ 2 ขึ้นรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ขั้นที่ 3 ขึ้นนวัตกรรมนำนวัตกรรมมาขับเคลื่อน (Wiroonraj, 2017)



สำหรับคุณค่าที่เกิดจากนวัตกรรม นวัตกรรมจะสร้างผลตอบแทนหรือให้คุณค่ากับผู้สร้างหรือเจ้าของนวัตกรรมนั้น (Keeley, 2015) สอดคล้องกับ Fagerberg (2005) ที่พบว่านวัตกรรมเป็นกระบวนการให้มูลค่าเพิ่ม ให้ความแปลกใหม่กับองค์กร ให้เกิดสินค้าและบริการใหม่ ๆ จะมีประโยชน์ในเชิงธุรกิจ

ดังนั้นจะพบว่าสื่อประกอบการสอนที่ควรให้นักเรียนได้เรียนรู้ ได้แก่ สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรม แปลกใหม่ และสามารถขายเพื่อสร้างมูลค่าให้เห็นว่านวัตกรรมนำมาซึ่งมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับโรงเรียนพอเพียงของกระทรวงศึกษาธิการ ที่ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นหลักในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และโรงเรียนพอเพียงของกระทรวงศึกษาธิการ ยังมีสื่อที่เป็นตัวสินค้าโรงเรียน ในการให้นักเรียนได้เรียนรู้ เรื่องอาชีพที่ต่อเนื่องจากหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอีกด้วย (Ministry of Education, 2017)

แต่สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ จะเน้นศึกษาสื่อประกอบการเรียนการสอนที่อาศัยหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงขั้นที่ 3 ชั้นนวัตกรรม และการสื่อสารระหว่างครูกับนักเรียนเพื่อสร้างกำลังใจ โดยอาศัยหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข เป็นองค์ประกอบว่าควรมีลักษณะอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะของสื่อที่เป็นตัวสินค้าที่จะให้นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 ได้เรียนรู้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขั้นที่ 3 ชั้นนวัตกรรม
2. เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารของครูนักเรียน ที่จะสื่อสารกันในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขั้นที่ 3 ชั้นนวัตกรรม

วรรณกรรม

สำหรับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จะอยู่ในรูปที่รู้จักกันดีว่า 3 ห่วง 2 เงื่อนไข เงื่อนไขที่ 1 เงื่อนไขคุณธรรม หมายถึงทำอะไร ต้องยึดความถูกต้อง จริยธรรม ศีลธรรม กฎหมาย เอื้อเฟื้อ มีเมตตา มีความกรุณา ไม่เอาเปรียบ มีความยุติธรรมยึดถือภูมิปัญญาท้องถิ่น เงื่อนไขที่ 2 เงื่อนไขความรู้ หมายถึงทำอะไรในงานหรือเรื่องนั้น ๆ ต้องมีความรู้จริงในเรื่องที่ทำ ห่วงที่ 1 มีเหตุผล หมายถึง การทำอะไรจะต้องมีเหตุผลว่าทำเช่นนั้น เพราะอะไร ต้องเป็นเหตุผลที่รับฟังแล้วเป็นที่ยอมรับเป็นความจริง ห่วงที่ 2 ความพอประมาณ หมายถึง ทำอะไรต้องไม่มากเกินไป ทำหรือกำหนดด้วยพอประมาณไม่ทำให้คนอื่นเดือดร้อน แม้แต่ตนเอง ห่วงที่ 3 มีภูมิคุ้มกัน หมายถึง มีการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น โดยคิดทำอย่างรอบคอบตามภูมิสังคมที่ควรจะเป็น มีแผนวิธีการที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Office of the Royal Development Projects Board (ORDPB), 2016)

แนวคิดการดำเนินการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Tantivejkul (2016) กล่าวว่า หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแบ่งออกเป็น 3 ชั้นระยะได้แก่ 1) ชั้นระยะกินอะไร ปลูกสิ่งนั้นเหลือแบ่งขาย 2) ระยะการรวมกลุ่มของประชาชน ร่วมกันทำจะได้ช่วยปรึกษาหารือ จะมีปริมาณส่งออกมากพอต่อตลาด 3) ชั้นระยะที่ 3 นวัตกรรมและมีมูลค่าสูง การทำผลผลิตไม่จะเป็นการเกษตร อุตสาหกรรม การศึกษาหรือไม่ว่าอาชีพอะไรก็ตามในขั้นนี้คือระยะนวัตกรรม คือ การมีนวัตกรรม สินค้า บริการมีมูลค่าสูง ดังนั้น โรงเรียนและผู้นำชุมชนควรร่วมมือกันส่งเสริมให้พัฒนารูปแบบสินค้าต่าง ๆ ของนักเรียนให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น โดยให้สร้างเป็นธุรกิจของโรงเรียน หรือธุรกิจของชุมชน โดยโรงเรียนและชุมชนควรรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นรูปแบบ



ของสหกรณ์ โรงเรียนและผู้นำชุมชน ช่วยกันหาช่องทางทางการตลาด เพื่อกระจายสินค้าออกสู่ตลาดภายนอก เป็นการสร้างรายได้และอาชีพให้กับโรงเรียนและชุมชนต่อไป ตามหลักการพัฒนาสินค้าเข้าสู่ส่วนนวัตกรรมขั้นที่ 3 (นวัตกรรมและมูลค่าสูง) ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และความสอดคล้องกับนโยบายในยุคไทยแลนด์ 4.0 ต่อไป เช่น กรณีของโรงเรียนคุระบุรี (ชัยพัฒนาพิทยาคม) จังหวัดพังงา

แนวคิดปลูกฝังปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเข้าไปในการจัดการศึกษา

Puenpasuk (2019) การขับเคลื่อนหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านการศึกษาเป็นการดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรในภาคการศึกษาทุกระดับน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการชีวิตประจำวันและการปฏิบัติภารกิจหลักที่สำคัญ เช่น การบริหารการศึกษา การบริหารงบประมาณ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้การจัดการจัดกิจกรรม พัฒนานักเรียนเป็นต้น เพื่อท้ายที่สุดแล้ว จะเกิดกระบวนการปรับเปลี่ยนจนเป็นวิถีชีวิต ปลูกฝังและบ่มเพาะผู้เรียน เด็กและเยาวชน ให้มีจิตสำนึกและอุปนิสัย “พอเพียง” (Sufficiency Mindset and Behavior) จะเป็นการส่งเสริมให้สามารถดำรงตนและดำเนินชีวิตให้เจริญก้าวหน้าไปได้อย่างสมดุลและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างมั่นคง และยั่งยืน

กระทรวงศึกษาธิการได้วางแนวทางพัฒนาให้สถานศึกษาสามารถนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการจัดการกระบวนการเรียนการสอน และการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละสถานศึกษาให้ครบทุกแห่งทั่วประเทศ ซึ่งมีการดำเนินการติดตามและประเมินผลทุกระยะ โดยมีขอบเขตของการขับเคลื่อนสู่สถานศึกษา 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้าน

หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน และด้านการพัฒนาบุคลากรของสถานศึกษา (Thammatasananon, 2017) ส่วน Puenpasuk (2019) ซึ่งพบว่าข้อมูลจาก สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ให้นิยามสถานศึกษาว่า “สถานศึกษาพอเพียง” ปัจจุบันมีการประเมินและผ่านจำนวน 14,602 แห่ง และมีศูนย์การเรียนรู้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการศึกษาจำนวน 39 แห่ง ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2558-2560 มีเป้าหมายให้สถานศึกษาทั่วไปต้องผ่านการประเมินเป็นสถานศึกษาพอเพียงครบทุกแห่งและให้มีศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาครบทุกจังหวัดในปี พ.ศ. 2558 และครบทุกเขตพื้นที่การศึกษาภายในปี พ.ศ. 2560 ทำให้โรงเรียนต่าง ๆ ต้องน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาบริหารจัดการการเรียนการสอน จากการประชุมเชิงปฏิบัติการวิเคราะห์สถานการณ์ร่วมกันระหว่างครูและผู้บริหาร และนักเรียน โรงเรียนต้องดำเนินการขับเคลื่อนหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติให้สอดคล้องกับแนวทางของกระทรวงศึกษาธิการเพื่อพัฒนาให้เป็นสถานศึกษาพอเพียง เป็นแบบอย่างและพัฒนาในระดับสูงขึ้นต่อไป

“สถานศึกษาพอเพียง” สรุปได้ว่ามีพื้นที่ที่ตั้งอยู่ใน 66 จังหวัดของประเทศไทย ที่จัดกิจกรรมการเรียนรู้และการบริหารจัดการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการเรียนการสอนของนักเรียนแต่ละโรงเรียน คือ 1) การเลี้ยงปลา เช่น การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารชนิดต่าง ๆ 2) การปลูกพืชผักสวนครัว เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ 3) การเลี้ยงไก่ไข่และเป็ดไข่ เช่น การทำไข่ไอโอดีน ไข่เยี่ยวม้า ไข่เค็ม ฯลฯ 4) การเพาะเห็ดชนิดต่าง ๆ เช่น การแปรรูปอาหารแห้ง เห็ดสามารถอบกรอบ 5) การผลิตน้ำดื่ม เช่น น้ำดื่ม



คลอโรฟิวส์ น้ำดื่ม น้ำแร่ ฯลฯ และ 6) การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ (Department of Local Government Promotion, 2016; Philosopher of the Land, 2020; Technologychaoban, 2021)

จากประเด็นปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชั้นที่ 3 ชั้นนวัตกรรม และจากการดำเนินการที่ผ่านมาของกระทรวงศึกษาธิการ ที่นำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาให้นักเรียนได้เรียนโดยกำหนดให้โรงเรียนที่มีความพร้อมและจัดหลักสูตรที่ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเรียน เรียกโรงเรียนเหล่านี้ว่า โรงเรียนพอเพียง จะเห็นว่า โรงเรียนพอเพียงจะปลูกฝังให้นักเรียนสามารถเรียนรู้อาชีพตั้งแต่ยังเป็นนักเรียน โดยมีสื่อประกอบการเรียนด้วยสินค้าโรงเรียนที่มีนวัตกรรม

ความหมายและประโยชน์ของนวัตกรรม Fagerberg (2005) สรุปไว่ว่านวัตกรรมเป็นกระบวนการให้มูลค่าเพิ่มให้ความแปลกใหม่ สินค้าและบริการใหม่ เกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจ Keeley (2015) พบว่า การสร้างให้เกิดนวัตกรรมจะสร้างทำให้เพิ่มขึ้น Chaisanit (2010) พบว่า การทำสื่อใหม่ ๆ เปลี่ยนแปลงการผลิตกระบวนการ จะต้องใหม่อย่างเห็นชัดเจน และต้องเพิ่มมูลค่าจึงเป็นนวัตกรรม

จากวรรณกรรมทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะพบว่าการให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 ได้เรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในชั้นที่ 3 ชั้นนวัตกรรม จะมีประเด็นเกี่ยวกับกระบวนการเรียนการสอนว่า ตัวสินค้าโรงเรียนที่จัดว่าเป็นสื่อประกอบการเรียนการสอน ควรมีลักษณะ องค์ประกอบอย่างไร และการสื่อสารของครูกับนักเรียนให้เข้าใจเกิดทักษะในเรื่องสินค้าโรงเรียนที่มีนวัตกรรม ควรสื่อสารอย่างไร ให้นักเรียนได้เกิดความเข้าใจ

นวัตกรรมการศึกษา



การใช้นวัตกรรมในการเรียนการสอน ศตวรรษที่ 21 จะมีการใช้เทคโนโลยีเข้าสู่กระบวนการเรียนการสอน มุ่งใช้ในการปรับกับฝ่ายบริหาร และฝ่ายอื่น ๆ และนำไปใช้ในกระบวนการจัดการความรู้ เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ให้เป็นระบบ เข้าถึงความรู้ พัฒนาความรู้ นำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้การเรียนการสอนใช้สื่อหลายมิติและการสื่อสารหลายรูปแบบ เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (Dangpirom, 2019)

และ Chaemchoy (2012) ได้นำแนวคิดของ Rogers มาประยุกต์และนำเสนอกระบวนการเผยแพร่นวัตกรรม ด้วยวิธีการสื่อสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรม 5 ขั้นตอน ความรู้ ชักชวน การตัดสินใจ การนำไปใช้ และการยืนยันสื่อและการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนโดยใช้หลักของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สื่อตามพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2558 ได้ให้ความหมายของสื่อว่า

“สิ่งที่ทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร เครื่องหมาย ภาพ หรือเสียง ไม่ว่าจะได้ในรูปแบบของเอกสาร สิ่งพิมพ์ ภาพเขียน ภาพพิมพ์ ภาพระบายสี รูปภาพภาพโฆษณา เครื่องหมาย รูปถ่ายภาพยนตร์ วิดีทัศน์ การแสดง ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือรูปแบบอื่นใดตามกำหนดในกฎกระทรวง” (Safe and Creative Media Development Fund Act, 2015)

Bamrungphakdi and Ruyuenyong (2019) ทำการศึกษาโรงเรียนมาตรฐานสากลตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ความรู้ที่ให้นักเรียนต้องเป็นความรู้สากล ควบคู่กับการวิวัฒนาการของโลกยุคปัจจุบัน

Chanruam (2017) นวัตกรรมการบริหารโรงเรียนระบบทวิศึกษา
หลักสูตรการศึกษาเชื่อมโยงสู่อาชีพ พบว่า โรงเรียนมีการเรียนการสอนเชื่อมโยง
สู่อาชีพ 2 ด้าน คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านการพัฒนาหลักสูตร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้เทคนิคเดลฟาย
กลุ่มเป้าหมายเจาะจงที่นักศึกษาหลักสูตร นักบริหารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
(นพย.) ซึ่งหลักสูตร นพย. เป็นหลักสูตรของมูลนิธิชัยพัฒนาที่สอนการ
บริหารงานที่ยั่งยืนโดยอาศัยหลักการทรงงานของในหลวงรัชกาลที่ 9 ซึ่งหลัก
ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็น 1 ใน 21 ประการของหลักทรงงานของใน
หลวงรัชกาลที่ 9 ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายนี้ จึงเป็นเป้าหมาย บุคคลที่มีความรู้เรื่อง
นี้เป็นอย่างดี จำนวนเป้าหมายเลือกแบบเจาะจง จำนวน 17 คน

ทั้งนี้คำถามครั้งที่ 1 เป็นคำถามปลายเปิด สอบถามเรื่องที่ว่า
โรงเรียนควรใช้สอบและวิธีการสื่อสารให้นักเรียนเข้าใจ โดยที่เทคนิคเดลฟาย
ประกอบด้วย 3 รอบ รอบที่ 1 แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง ให้ผู้เชี่ยวชาญ
กลุ่มเป้าหมาย แสดงความคิดเห็น จากนั้นผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์คำตอบโดย
ละเอียดแล้วสังเคราะห์ประเด็นเหมือนกันไว้ด้วยกัน รอบที่ 2 นำข้อความที่
สังเคราะห์จากรอบ 1 มาสร้างคำถาม โดยใช้แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามให้
เลือกว่าเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย โดยหากเห็นต้องประเมินค่า 5 ระดับให้ด้วย 5
คือ เห็นด้วยมากที่สุด 4 คือเห็นด้วยมาก 3 คือเห็นด้วยปานกลาง 2 คือเห็นด้วย
น้อย 1 คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด (Saengler Uthai, 2015) รอบที่ 3 ดำเนินการ
ระบุว่าเดิมในแต่ละข้อผู้ตอบให้ไว้ระดับใด และข้อนั้นมีค่าเฉลี่ยเท่าไร
ให้กลุ่มเป้าหมายยืนยันกลับมาอีกครั้งว่าในแต่ละข้อ จะเปลี่ยนใจในการให้

ค่าระดับคงเดิมหรือเปลี่ยนเป็นอะไร นำมาคำนวณค่ามัธยฐานมากกว่าหรือเท่ากับ 3.50 ค่าพิสัยควอไทล์ ข้อใดมีค่า ไม่เกิน 1 เอาค่าตอบข้อนั้นไว้ (Timothy, 2011) ถือว่าเป็นคำตอบที่มีความสอดคล้องที่สุด และพิจารณาว่าจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิข้อใดเห็นมากกว่าให้ข้อนั้นมีความสำคัญมากกว่าข้อที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นน้อยกว่า

ผลการวิจัย

คำถามสำหรับสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 17 คน จากการทบทวนวรรณกรรมการสอนให้นักเรียนรู้จักนวัตกรรม ครูและนักเรียนจะร่วมกันผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ขึ้นมา เพื่อสอนให้รู้จัก การสร้างนวัตกรรม โดยให้มีประสบการณ์ผ่านตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากเห็นด้วย กรุณาให้ความเห็นในประเด็นสื่อประกอบการเรียนการสอนที่เป็นตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารเพื่อให้นักเรียนเข้าใจเรื่องนวัตกรรม ทั้งนี้ให้ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 เป็นแนวในการแสดงความเห็น

ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 17 ท่านได้ให้สัมภาษณ์และแสดงความคิดเห็นโดยอิสระ ตามประสบการณ์ และทักษะที่มีในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชั้นที่ 3 ขั้นนวัตกรรม จากการสัมภาษณ์ได้นำมาจัดเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสื่อประกอบการเรียนการสอน และกลุ่มการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจของนักเรียนที่เรียนรู้เรื่องนวัตกรรม จากการสัมภาษณ์นำมาจัดกลุ่ม 2 กลุ่มดังกล่าวได้ข้อคำถามเพื่อดำเนินการในขั้นที่ 2 ไม่เห็นด้วยหรือเห็นด้วย หากเห็นด้วยในระดับเท่าไร 5-1 (มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดตามลำดับ) เมื่อได้แบบคำถามตอบกลับมาแล้ว ดำเนินการขั้นที่ 3 โดยหาค่ากลางจากนั้นแสดง



ให้ผู้ตอบเห็นว่าในแต่ละข้อ ผู้ตอบให้คะแนนไว้ในช่องใด จากนั้นให้ผู้ตอบคำถามยืนยันกลับมาว่าประสงค์แสดงความเห็นในข้อนั้น ๆ ให้คะแนนเท่าเดิม หรือ เปลี่ยนแปลงเป็นอะไร เมื่อได้กลับมาแล้ว คำนวณว่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.5 ขึ้นไป และมีค่า I.R. ไม่เกิน 1 ถือว่าข้อนั้นยืนยันผลเห็นด้วยกับข้อนั้นให้คงไว้

ขั้นที่ 1 ไปขั้นที่ 2 ได้คำถามเกี่ยวกับสื่อประกอบการสอน และการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จำนวน 17 ข้อ จากนั้นดำเนินการส่งยืนยันผลครั้งที่ 3 ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการยืนยันครั้งที่ 3

กิจกรรม	ผลการศึกษาด้วยเดลฟายเทคนิค						สรุป ผล
	ร่าง ตรวจสอบ และยืนยันผล (N = 17)						
	เห็น ด้วย	ร้อยละ (Mdn)	ระดับ	I.R.	ความ สอดคล้อง		
1. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าให้เป็นไปตามนโยบายของโรงเรียนและประเภทของโรงเรียนที่พัฒนาโดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกำหนดไว้	15	88.2	4.0	เห็นด้วย มาก	1.00 สอดคล้อง ที่สุด	ยืนยัน	
2. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าควรตอบโจทย์ชุมชน โดยการสร้างสินค้ามูลค่าเพิ่มและผลผลิตในชุมชน เช่น ขยะสดทำปุ๋ยน้ำ นำกากกาแฟไปทำกระเป๋านำเมล็ดข้าวมาทำเป็นสินค้า เช่น เรียงเป็นรูปภาพ หรือแปรรูปเป็นน้ำมันข้าว นำข้าวโพดมาผลิตเป็นน้ำมันข้าวโพด, บริการกำจัดถุงขยะ เป็นต้น ขึ้นอยู่ว่าโรงเรียนจะมีวัตถุดิบและโอกาสจะดำเนินการอะไร	17	100.0	4.0	เห็นด้วย มาก	1.00 สอดคล้อง ที่สุด	ยืนยัน	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กิจกรรม	ผลการศึกษาด้วยเดลฟายเทคนิค						สรุป ผล
	ร่าง ตรวจสอบ และยืนยันผล (N = 17)						
	เห็นด้วย	ร้อยละ (Mdn)	ระดับ	I.R.	ความสอดคล้อง		
3. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นตัวสินค้าจะต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และมีความปลอดภัย	16	94.1	4.0	เห็นด้วยมาก	1.00	สอดคล้องที่สุด	ยืนยัน
4. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าเพื่อดำเนินธุรกิจที่มีสินค้าและบริการ ควรตระหนักเสมอว่ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น ต้องมีการบริหารความเสี่ยง	17	100.0	4.0	เห็นด้วยมาก	1.00	สอดคล้องที่สุด	ยืนยัน
5. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและสินค้าโรงเรียนควรมีความสอดคล้องกับภูมิสังคมและสภาพภูมิประเทศ	17	100.0	4.0	เห็นด้วยมาก	1.00	สอดคล้องที่สุด	ยืนยัน
6. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นตัวสินค้าครอบครัว นักเรียนและโรงเรียน ควรมีส่วนร่วมกันคิดพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมสินค้าที่สามารถต่อยอดนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง	17	100.0	4.0	เห็นด้วยมาก	1.00	สอดคล้องที่สุด	ยืนยัน
7. การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าต้องมีการสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับลูกค้า โดยใช้ระบบช่องทางต่าง ๆ เช่น ทางออนไลน์, ประชุมผู้ปกครอง, หนังสือชี้แจง อย่าใช้สื่อชนิดเดียว ต้องใช้แบบผสม	17	100.0	5.0	เห็นด้วยมากที่สุด	1.00	สอดคล้องที่สุด	ยืนยัน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กิจกรรม	ผลการศึกษาด้วยเดลฟายเทคนิค						สรุป ผล
	ร่าง ตรวจสอบ และยืนยันผล (N = 17)						
	เห็นด้วย	ร้อยละ (Mdn)	ระดับ	I.R.	ความเห็นด้วย สอดคล้อง		
8. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าควรมีลักษณะที่จัดทำด้วยฝีมือประณีต สวยงาม มีความคงทน ประหยัด และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า	16	94.1	4.0	เห็นด้วย มาก	2.00 สอดคล้อง น้อย	ไม่ ยืนยัน	
9. การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนจัดให้มีขั้นตอนตรวจสอบกระบวนการผลิตสินค้าด้วยการมีผู้เชี่ยวชาญมาดูกระบวนการต่าง ๆ ที่สำคัญ โดยเฉพาะขั้นตอนสุดท้ายที่จะส่งมอบสินค้า	16	94.1	4.0	เห็นด้วย มาก	1.00 สอดคล้อง ที่สุด	ยืนยัน	
10. การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนมีนวัตกรรมและสินค้ามูลค่าเพิ่มสูงที่สามารถตอบโจทย์ให้ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่ม และผู้ใช้สินค้าได้สินค้าคุณภาพ ดี มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นตามความต้องการ	16	94.1	5.0	เห็นด้วย มากที่สุด	1.00 สอดคล้อง ที่สุด	ยืนยัน	
11. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้านักเรียนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมผลิต ออกมาเป็นสินค้านวัตกรรมของโรงเรียน	17	100.0	5.0	เห็นด้วย มากที่สุด	1.00 สอดคล้อง ที่สุด	ยืนยัน	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กิจกรรม	ผลการศึกษาด้วยเดลฟายเทคนิค						สรุป ผล
	ร่าง ตรวจสอบ และยืนยันผล (N=17)						
	เห็นด้วย	ร้อยละ (Mdn)	ระดับ	I.R.	ความเห็นด้วย	สอดคล้อง	
	ด้วย						
12. การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนมีการประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ ในการระดมเงินทุนเพื่อการผลิต การตลาด และการจัดการข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยขับเคลื่อนให้นวัตกรรมสินค้ามีความโดดเด่น	16	94.1	4.0	เห็นด้วยมาก	1.00	สอดคล้องที่สุด	ยืนยัน
13. การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้านักภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิใจในความเป็นไทย สืบสาน ศิลปะและวัฒนธรรมประเพณี นำเทคโนโลยีที่เรียบง่ายมาประยุกต์ใช้ให้เกิดความยั่งยืน	17	100.0	4.0	เห็นด้วยมาก	2.00	สอดคล้องน้อย	ไม่ยืนยัน
14. สื่อประกอบการเรียนที่เป็นตัวสินค้า ควรให้นักเรียนแบ่งเวลาเรียนและการทำงานอาชีพให้มีความสุข	16	94.1	4.0	เห็นด้วยมาก	2.00	สอดคล้องน้อย	ไม่ยืนยัน

จากตารางพบว่าสื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าและการสื่อสารเพื่อให้นักเรียนเข้าใจเรื่องนวัตกรรมทั้งหมด 14 ข้อ สามารถยืนยันผลใช้ได้จำนวน 11 ข้อ แบ่งเป็นสื่อประกอบการเรียน จำนวน 7 ข้อ การสื่อสารจำนวน 4 ข้อ ประกอบการเรียนและหัวข้อการสื่อสารไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบว่าตรงกับ 3 ห่วง 2 เงื่อนไข หรือไม่ เพื่อที่จะคัดเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ

หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมานำเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าให้เป็นไปตามนโยบายของโรงเรียนและประเภทของโรงเรียนที่พัฒนาโดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกำหนดไว้ ตรงกับเงื่อนไขความรู้ โดยครูจะต้องรู้่านโยบายโรงเรียนกำหนด กำหนดไว้เช่นไร ไม่ดำเนินการที่ขัดกับนโยบายโรงเรียน 2) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าควรให้ตอบโจทย์คนในชุมชน โดยการสร้างสินค้ามูลค่าเพิ่มและผลผลิตในชุมชนพื้นที่ เช่น ขยะสดทำปุ๋ยน้ำ นำถุงกาแพน้ำไปทำกระเป่า นำเมล็ดข้าวมาทำเป็นสินค้า เช่น เรียงเป็นรูปภาพ หรือแปรรูปเป็นน้ำมันข้าว นำข้าวโพดมาผลิตเป็นน้ำมันข้าวโพด บริการกำจัดขี้มูล เป็นต้น ขึ้นอยู่กับว่าโรงเรียนแต่ละแห่งจะมีวัตถุดิบและโอกาสจะดำเนินการอะไร ตรงกับเงื่อนไขคุณธรรม ที่นำมาสื่อที่มีอยู่ในชุมชนมาดำเนินการเป็นสินค้าทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้ ให้ชุมชน และราคาสินค้าจะต้องมีต้นทุนต่ำ 3) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นตัวสินค้าจะต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และมีความปลอดภัย ตรงกับเงื่อนไขคุณธรรม ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเสียหายและมีผลเสียต่อผู้อื่น 4) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าเพื่อการดำเนินธุรกิจที่มีสินค้าและบริการ ควรตระหนักเสมอว่ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น ต้องมีการบริหารความเสี่ยง ตรงกับห่วงมีภูมิคุ้มกัน คือเมื่อรู้ว่ามีความเสี่ยงก็จะต้องมีแผนการรองรับการเปลี่ยนแปลงหรือความเสี่ยงที่จะเกิดในอนาคต 5) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและสินค้าโรงเรียนควรมีความสอดคล้องกับภูมิสังคมและสภาพภูมิประเทศ ตรงกับห่วงที่ 1 ความมีเหตุผล มีเหตุผลที่จะต้องทำสินค้าสอดคล้องกับภูมิสังคม และสภาพภูมิประเทศ ซึ่งจะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นในพื้นที่ 6) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นตัวสินค้าครบครว นักเรียนและโรงเรียน ควรมีส่วนร่วมกันคิดพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมสินค้าที่สามารถต่อ

ยอคนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง ตรงเงื่อนไขความรู้ ด้วยการจัดทำหลักสูตรก็ต้องให้ผู้ได้เสียมีส่วนร่วมด้วย 7) การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าต้องมีการสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับลูกค้า โดยใช้ระบบช่องทางต่าง ๆ เช่น ทางออนไลน์, ประชุมผู้ปกครอง หนังสือชี้แจง อย่าใช้สื่อชนิดเดียว ต้องใช้แบบผสม ตรงกับห่วงที่ 3 ความพอประมาณโดยที่สื่อปัจจุบันมีหลายรูปแบบ หากใช้สื่อเดียวจะน้อยเกินไป ไม่ครอบคลุมเป้าหมาย จึงใช้สื่อหลากหลายแต่ไม่มากเกินไป จนเกินกว่าผู้รับจะรับให้ตรงกับกลุ่มที่รับสื่อที่แตกต่างกัน 9) การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนจัดให้มีขั้นตอนตรวจสอบกระบวนการผลิตสินค้า ด้วยการมีผู้เชี่ยวชาญมาดูกระบวนการต่าง ๆ ที่สำคัญ โดยเฉพาะขั้นตอนสุดท้ายที่จะส่งมอบสินค้า ตรงกับเงื่อนไขความรู้ ควรรู้กระบวนการต่าง ๆ อย่างชัดเจน 10) การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนมีนวัตกรรมและสินค้ามูลค่าเพิ่มสูงที่สามารถตอบโจทย์ให้ผู้ผลิตรายได้เพิ่ม และผู้ใช้สินค้าได้สินค้าคุณภาพดี มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นตามความต้องการ ตรงกับเงื่อนไขคุณธรรมที่ผู้บริโภคได้สินค้ามีคุณภาพดี 11) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้านักเรียนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมผลิตออกมาเป็นสินค้านวัตกรรมของโรงเรียน ตรงกับห่วงที่ 1 ความมีเหตุผล มีเหตุผลที่ต้องร่วมคิด ร่วมทำ ผู้เรียนจึงจะสนุกไปกับการเรียน 12) การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนมีการประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจเอกชน ภาคราชการ ในการระดมเงินทุนเพื่อการผลิต การตลาด และการจัดการข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยขับเคลื่อนให้นวัตกรรมสินค้ามีความโดดเด่น ตรงกับห่วงที่ 2 มีภูมิคุ้มกัน การร่วมมือกับภาครัฐเอกชนในการ

หาทุนหาตลาดทำให้มั่นใจว่ามีเงินทุนในการผลิตพอและมีตลาดที่ขายสินค้าโรงเรียนแน่นอน

สรุปผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากผลการยืนยันมากที่สุดไปน้อยสุด ดังนี้ อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้านักเรียนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมผลิต ออกมาเป็นสินค้านวัตกรรมของโรงเรียน อันดับที่ 2 ได้แก่ 1) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าควรให้ตอบโจทย์คนในชุมชน โดยการสร้างสินค้ามูลค่าเพิ่มและผลผลิตในชุมชนพื้นที่ เช่น ขยะสดทำปุ๋ยน้ำ นำถุงกาแฟน้ำไปทำกระเป่า นำเมล็ดข้าวมาทำเป็นสินค้า เช่น เรียงเป็นรูปภาพ หรือแปรรูปเป็นนํ้านมข้าว นำข้าวโพดมาผลิตเป็นนํ้านมข้าวโพด, บริการกำจัดขยะลาย เป็นต้น ขึ้นอยู่ว่าโรงเรียนแต่ละแห่งจะมีวัตถุดิบและโอกาสจะดำเนินการอะไร 2) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าเพื่อการดำเนินธุรกิจที่มีสินค้าและบริการ ควรตระหนักเสมอว่ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น ต้องมีการบริหารความเสี่ยง 3) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและสินค้าโรงเรียนควรมีความสอดคล้องกับภูมิสังคมและสภาพภูมิประเทศ 4) สื่อประกอบการเรียนที่เป็นตัวสินค้าครอบครัว นักเรียนและโรงเรียน ควรมีส่วนร่วมกันคิดพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมสินค้าที่สามารถต่อยอดนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง อันดับ 3 ได้แก่ สื่อประกอบการเรียนที่เป็นตัวสินค้าจะต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และมีความปลอดภัย อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้าให้เป็นไปตามนโยบายของโรงเรียนและประเภทของโรงเรียนที่พัฒนาโดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกำหนดไว้

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารของครูกับนักเรียนที่จะสื่อสารกัน ในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขั้นที่ 3 ขั้นนวัตกรรม พบว่าวิธีการสื่อสารที่ผู้ทรงคุณวุฒิยืนยันจากผลการยืนยันมากที่สุดไปน้อยที่สุด อันดับ 1 ได้แก่ การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าต้องมีการสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับลูกค้า โดยใช้ระบบช่องทางต่าง ๆ เช่น ทางออนไลน์ ประชุมผู้ปกครอง หนังสือชี้แจง อย่าใช้สื่อชนิดเดียว ต้องใช้แบบผสม อันดับ 2 ได้แก่ การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนมีนวัตกรรมและสินค้ามูลค่าเพิ่มสูงที่สามารถตอบโจทย์ให้ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่ม และผู้ใช้สินค้าได้สินค้าคุณภาพดี มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นตามความต้องการ อันดับที่ 3 ได้แก่ 1) การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนจัดให้มีขั้นตอนตรวจสอบกระบวนการผลิตสินค้า ด้วยการมีผู้เชี่ยวชาญมาดูกระบวนการต่าง ๆ ที่สำคัญ โดยเฉพาะขั้นตอนสุดท้ายที่จะส่งมอบสินค้า 2) การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมผ่านตัวสินค้าโรงเรียนมีการประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ การระดมเงินทุนเพื่อการผลิต การตลาด และการจัดการข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยขับเคลื่อนให้นวัตกรรมสินค้ามีความโดดเด่น

อภิปรายผล

จากการพบว่าสื่อประกอบการเรียนที่เป็นสินค้า ที่นักเรียนร่วมคิด ร่วมทำร่วมผลิตออกมาเป็นสินค้านวัตกรรมของโรงเรียน มีความสำคัญที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นว่าสำคัญที่สุด สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ระบุว่า การดำเนินการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง อันดับแรกต้องมีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ ดังนั้น สินค้าที่จะใช้เป็นสื่อประกอบการเรียน นักเรียนจึง



จะต้องรู้เรื่องนั้นเป็นปัจจัยแรกนั่นเอง (Thanomsing, 2016) และยังสอดคล้องกับพระราชบัญญัติกองทุนสื่อสร้างสรรค์ที่ระบุว่า สื่อประกอบด้วย เครื่องหมาย ภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะถูกระบุในหีบห่อสินค้า (Safe and Creative Media Development Fund Act, 2015) และยังสอดคล้องกับหลักการทรงงาน 1 ใน 21 ข้อที่ระบุว่าการทำงานควรระเบิดจากข้างใน นั้นหมายถึง หากทำสินค้าโรงเรียนขึ้นมาเป็นสื่อประกอบการเรียนการสอนของนักเรียน โดยให้นักเรียนมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำเช่นเหมือนกับระเบิดจากข้างใน จักทำให้นักเรียนสนใจ และรักในสิ่งนั้นยาวนาน (Office of the Royal Development Projects Board (ORDPB, 2016) สำหรับอันดับ 2 สื่อประกอบการเรียนที่เป็นตัวสินค้าเป็นนวัตกรรม และสินค้าโรงเรียนควรมีความสอดคล้องกับภูมิสังคมและสภาพภูมิประเทศ สอดคล้องกับหลักของการผลิตสินค้าหนึ่งหมู่บ้าน 1 ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นต้นแบบของการผลิตสินค้าประจำจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้านที่ต่างประเทศ นำแบบของญี่ปุ่นไปใช้ คือ ควรนำวัตถุดิบที่อยู่ในพื้นที่ของตนเองมาเป็นส่วนประกอบของสินค้าด้วยเพราะประหยัดค่าขนส่ง และเป็นความโดดเด่นของสินค้าที่มีเฉพาะในพื้นที่ (Oita, 2012)

สำหรับด้านการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ครูผู้สอนสื่อสารกับนักเรียน สำคัญอันดับแรก ได้แก่ การสื่อสารระหว่างโรงเรียนกับลูกค้า โดยใช้ระบบช่องทางออนไลน์ ประชุมผู้ปกครอง หนังสือชี้แจง ใช้สื่อผสมไม่ใช่ชนิดเดียว สอดคล้องกับหลักของนวัตกรรมที่ระบุว่าสินค้าและบริการเมื่อมีนวัตกรรม จะมีมูลค่าสูงขึ้น คำว่ามูลค่าสูง คือ ขายได้และได้ราคาคืนนั่นเอง (Fagerberg, 2005; Chaisanit, 2010) และสอดคล้องกับ Dangpirom (2019) ที่พบว่าการสื่อสารนวัตกรรมในการเรียนการสอนศตวรรษที่ 21 สำหรับการเรียนการสอนเพื่อความเข้าใจจำเป็นต้องใช้สื่อผสมหลายรูปแบบ หลายมิติ



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้บริหารกระทรวงศึกษา ควรที่จะมีนโยบายให้ทุกชั้นเรียนมีสินค้าที่เกิดจากโรงเรียน นักเรียน ผู้ปกครอง ร่วมมือกันในการผลิตขึ้นมา โดยยึดการมีส่วนร่วม ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และคิดผลิตให้มีนวัตกรรม คือ แปลกใหม่กว่าทั่วไป ให้ครบกระบวนการต้นทาง กลางทาง ปลายทาง คือถึงขั้นขายจริงตามระบบแวลูเชน ด้วยจะทำให้นักเรียนเข้าใจเรียนรู้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขั้นนวัตกรรม ประโยชน์ของนวัตกรรม รวมถึงมีพื้นฐานเรื่องของธุรกิจซึ่งมีความจำเป็นมากสำหรับการประกอบอาชีพของนักเรียนในอนาคต สำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การเรียนการสอนนอกจากจะการใช้การสื่อสารด้วยเครื่องมือหลายรูปแบบตามที่ระบุในงานวิจัย เพื่อให้ให้นักเรียนเข้าใจคำว่านวัตกรรม ได้เร็วและแม่นยำแล้ว ควรส่งเสริมให้มีการใช้สื่อหลากหลายในการขายสินค้าโรงเรียนนั้นด้วย โดยเฉพาะสื่อใหม่ ๆ ในโลกปัจจุบัน เพื่อการเรียนรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

ครูผู้สอนสามารถนำงานวิจัยนี้ไปใช้ได้ในวิชา ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งในเนื้อหาของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีส่วนประกอบของวิชาการตลาด วิชาการกระบวนการผลิต วิชาบัญชีต้นทุน วิชาการสื่อสารและวิชานวัตกรรม โดยใช้สินค้าโรงเรียนเป็นสื่อเรื่องนวัตกรรมและการสื่อสารที่ชัดเจนในเนื้อหาในงานวิจัยนี้

อีกทั้งแนวคิดนี้ครูผู้สอนอาจจะนำไปใช้กับศิษย์เก่า หรือผู้ปกครองให้อาชีพผลิตสินค้าขายจริงเพื่อหารายได้เลี้ยงตนเองได้อีกเช่นกัน ซึ่งเป็นการ

บริการวิชาการแก่ชุมชนอีกด้วย แต่ทั้งนี้ต้องเน้นนวัตกรรมและการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ

เอกสารอ้างอิง

- Bamrungphakdi, T., & Ruyuenyong, W. (2019). Strategies for managing schools with international standards according to the philosophy of sufficiency economy. under the office of the secondary education service area, region 25. *Journal of MCU Buddhapanya Review*, 4(1), 127-136.
- Chaemchoy, S. (2012). Innovative Ideas for school administration in the 21st century. *Journal of Education Naresuan University*, 14(2), 117-128.
- Chaisanit, S. (2010). *Innovation and technology*. Retrieved from <http://it.east.spu.ac.th/informatics/admin/knowledge/A3071nnovation%20and%20Technology.pdf>
- Chanruam, R. (2017). *Dual system school management innovation based on the concepts of career-related programme*. Dissertation of Doctorate of Education Administration, Educational Policy Management and Leadership, Doctor of Education, Education, Chulalongkorn University.

Dangpirom, S. (2019). Educational administration by using new innovations. in the 21st Century. In *School 3rd National Research “Conference Graduate School Conference 2019”*, 3(1), 170-178.

Department of Local Government Promotion. (2016). *Local sufficiency school: LSS*. Retrieved from http://www.nanlocal.go.th/doc_news/doc220171213214509.pdf

Fagerberg, J. (2005). *The oxford handbook of innovation*. Oxford: Oxford University Press.

Keeley, L. (2015). *Ten types of innovation: The discipline of building breakthroughs*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Ministry of Education. (2017). *Learning center according to the sufficiency economy philosophy in education titled “educational institutions, model of learning activities and management according to the sufficiency economy philosophy “sufficiency education institution” year 2017*. Retrieved from <http://www.moe.go.th/moe/th/news/detail.php?NewsID=52116&Key=news19>

Office of the Royal Development Projects Board (ORDPB). (2016). *“Disseminating knowledge according to royal initiatives”, volume 2 “Sufficiency economy”*. Bangkok: Office of the Royal Development Projects Board.

- Oita, H. (2012). *One village one product of Oita, a small province in Japan, the model of 'one community, one product'*. Retrieved from <https://urbancreature.co/oita-ovop-japan/>
- Philosopher of the Land. (2020). *Philosopher of sufficiency economy*. Retrieved from <http://www3.moac.go.th/philosopher-philosopher-suffice>
- Puenpasuk, P. (2019). Driving the philosophy of sufficiency economy into basic education Ban Muengkong school Chiangdao district, Chiangmai province. *Research and Development Journal of Buriram Rajabhat University*, 14(2), 148-155.
- Safe and Creative Media Development Fund Act. (2015, March 26). *Government gazette*. Page 30. Retrieved from <https://www.m-culture.go.th/surveillance/files/835/58/safe-creative-media-law58.pdf>
- Saenglert Uthai, C. (2015). Research instrument. *Journal of Graduate School Sakon Nakhon Rajabhat University*, 12(58), 13-24.
- Tantivejkul, S. (2016). *Ecotourism project in Chaipattana-Thai Red Cross area. (Ban Thung Rak), Kuraburi subdistrict, Kuraburi district, Phang Nga province. Executive News of the Chaipattana Foundation*. Retrieved from

<https://www.chaipat.or.th/progress-report/899-manager-chaipattana-news/9100-18-2561.html>

Technologychaoban. (2021). *Live in the sufficiency economy, planting vegetables, raising chickens in a yard. regardless of the economy, the family was able to survive without being affected*. Retrieved from https://www.technologychaoban.com/livestock-technology/article_7436

Timothy, M. (2011). *Organizational structure effect on communication efficiency for management information system supported organizations: A delphi study*. Doctoral Dissertation, Management in Organizational Leadership with a Specialization in Information Systems and Technology, University of Phoenix.

Thammatasananon, S. (2017). The development of educational administration in the basic school level by the participation approach of the basic education committee, under the jurisdiction of Kalasin primary educational service area office 2. *Journal of Education, Mahasarakham University*. 17(3), 41-52.

Thanomsing, L. (2016, August 18). *The introduction of the sufficiency economy philosophy to the Kuraburi Chaipattana Pittayakom school, Kuraburi sub-district, Kuraburi district, Phang Nga province* [interview]. Member and Deputy

Secretary-General of the Chaipattana Foundation, Batch 1
of Sustainable Development Leaders (SDL1).

- Turner, K. et al. (2018). The pedagogical situation fostering 21st century skills of nursing students at Boromarajonani college of nursing, Chon Buri. *Nursing Journal of the Ministry of Public Health*, 28(1), 127-137.
- Wiroonraj, B. (2017). *Guidelines for human resource management*. Chachoengsao: MN Computer Offset.

**คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์
ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
(TMF Journal)**

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 บริบทของวารสาร

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ดำเนินการโดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ศิลปวิทยาการความรู้ และแนวคิดใหม่ ในสาขาสื่อ (media) และสาขาเกี่ยวข้องโดยกำหนดเผยแพร่ ปีละ 4 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม 2565 ฉบับละไม่ต่ำกว่า 5 เรื่อง

1.2 ประเภทบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์

1.2.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่เสนอผลงานที่ผู้เขียนได้ค้นคว้าและวิจัยด้วยตนเอง

1.2.2 บทความวิชาการ (Review Article) เป็นบทความที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบโดยมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้ ความเข้าใจ หรือมุมมองใหม่ ในเชิงวิชาการ

1.2.3 บทความพิเศษ (Special Article) เป็นบทความที่นำเสนอความรู้ทั่วไปที่สำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริง

1.3 องค์ประกอบของบทความ

1.3.1 บทความวิจัย ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สถานที่ทำงาน สังกัดของผู้เขียน บทคัดย่อ เนื้อหา (บทนำ การทบทวน



วรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย
ผลการวิจัย สรุป วิเคราะห์และข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง)

1.3.2 บทความวิชาการ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน
สถานที่ทำงาน/ สังกัดของผู้เขียน บทคัดย่อ เนื้อหา (บทนำ การตรวจ
เอกสารที่เกี่ยวข้องหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา หัวข้อย่อย บทวิจารณ์
และ สรุป) เอกสารอ้างอิง

1.3.3 บทความพิเศษ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน
สถานที่ทำงาน/ สังกัดของผู้เขียน เนื้อหา (บทนำ หัวข้อย่อย บทสรุป)
เอกสารอ้างอิง

2. การจัดรูปแบบบทความ

2.1 บทความ จะต้องใช้ขนาดกระดาษเป็น A5 โดยกำหนด ระยะห่าง
ขอบบน ขอบล่าง ขอบซ้าย และขอบขวา ด้านละ 2.0 เซนติเมตร ใช้ รูปแบบ
ตัวอักษร TH SarabunPSK ทั้งหมด และบทความจะต้องไม่เกิน 25 หน้า หาก
เกินจะพิจารณาที่เป็นประโยชน์ต่อวิชาการขึ้นกับกองบรรณาธิการพิจารณา

2.2 ชื่อเรื่อง จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบ
ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 ตัวหนา ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษจะอยู่ที่หน้า
บทความย่อภาษาอังกฤษยกเว้นบทความพิเศษจะอยู่หน้าเดียวกัน

2.3 ชื่อผู้เขียนจะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบ
ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15 ตัวหนา พร้อมทำการอ้างอิงข้อมูล
ผู้เขียนในส่วนของ Footnote โดย Footnote ใช้รูปแบบตัวอักษร TH
SarabunPSK ขนาด 10 ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยภาษาอังกฤษจัดอยู่
หน้าบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ยกเว้นบทความพิเศษจะอยู่หน้าเดียวกัน

2.4 บทคัดย่อ จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract) โดยมีการกล่าวถึงความสำคัญของการศึกษา วิธีการหรือเครื่องมือในการศึกษา ผลสรุปจากการทดลองหรือการค้นพบที่สำคัญ บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract) จะต้องมีความสอดคล้องกัน ความยาวไม่เกิน 250 คำ และคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Keywords) ไม่เกิน 5 คำ ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15

2.5 เนื้อหา จะต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15

2.6 หมายเลขหน้า ทำการใส่หมายเลขหน้ากำกับไว้ที่มุมล่างขวาของหน้ากระดาษทุกหน้า ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 10

2.7 ตารางหรือภาพประกอบ ควรมีเฉพาะเท่าที่จำเป็น มีหมายเลขกำกับภาพและตารางตามลำดับ ข้อมูลในภาพและตารางจะต้องมีความคมชัด ภาพถ่ายควรเป็น ขาว-ดำ หากเป็นภาพวาดต้องเป็นภาพวาดลายเส้นและวาดบนกระดาษขาว โดยใช้หมึกดำให้สะอาดและลายเส้นคมชัด

2.8 เอกสารอ้างอิง ระบบอ้างอิงให้ใช้มาตรฐานของสมาคม จิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association: APA) โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) จะต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น ใช้รูปแบบ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15 โดยมีรายละเอียดทั่วไป ดังนี้

2.8.1 การอ้างอิงเนื้อหา ภายในเนื้อเรื่องและภายในหัวข้อ กับเอกสารอ้างอิงจะต้องตรงกัน และจะต้องมีรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับเอกสารตามกำหนดไว้อย่างครบถ้วนการอ้างอิงควรใช้รูปแบบเดียวกับ สมมติเสมอ โดยใช้ระบบนาม-ปี

2.8.2 การเรียงลำดับเอกสาร ให้เรียงตามลำดับตัวอักษร
ของชื่อผู้เขียนโดยไม่ต้องมีเลขกำกับ

2.8.3 หากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทย จะต้องแปล
เป็นภาษาอังกฤษให้เรียบร้อย ทั้งในส่วนของการอ้างอิงในเนื้อหา
(Intext Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ
(References) ให้ ถูกต้องตามหลัก APA Referencing Style

3. กระบวนการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์

ผู้เขียนจะต้องทำการส่งบทความผ่านทางระบบออนไลน์เท่านั้น
โดยสามารถส่งได้ทั้งบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ที่

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index>.

บทความที่ส่ง มาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์นั้น จะต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
หรือไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารวิชาการหรืองานประชุมวิชาการ
อื่นใดพร้อมกัน ทั้งนี้ บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่าน
การพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยมี
กระบวนการดังต่อไปนี้

3.1 เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความแล้ว จะทำการแจ้งให้ ผู้เขียน
บทความทราบ

3.2 กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบรูปแบบบทความ ว่าเป็นไป
ตามที่กองบรรณาธิการกำหนดหรือไม่ หากไม่เป็นไปตามที่กองบรรณาธิการ
กำหนด จะทำการแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบและปรับแก้ต่อไป

3.3 กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความ
ว่าสอดคล้องกับขอบเขตและวัตถุประสงค์ของวารสารหรือไม่ รวมถึงประโยชน์
ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

3.4 หากบทความผ่านการพิจารณาในเบื้องต้นจากกอง บรรณาธิการ ตามข้อ 3.3 กองบรรณาธิการจะทำการส่งบทความไปยังผู้ทรงคุณวุฒิใน สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความนั้น ๆ เพื่อทำการประเมิน คุณภาพบทความ ต่อไป โดยส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ท่านต่อ 1 บทความ ซึ่ง ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความแต่อย่างใด และผู้เขียน บทความก็จะไม่ทราบข้อมูลของผู้ทรงคุณวุฒิด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม หาก บทความไม่ผ่านการพิจารณาในเบื้องต้นตามข้อ 3.3 กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ ผู้เขียนบทความทราบต่อไป

3.5 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิทำการประเมินคุณภาพบทความเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะพิจารณาผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งว่าบทความ นั้นควรจะได้รับตีพิมพ์ต่อไปหรือไม่

3.6 กองบรรณาธิการทำการแจ้งผลการประเมินคุณภาพบทความของ ผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้เขียนบทความทราบ หากการพิจารณาตาม ข้อ 3.5 “ผ่าน” จะ ให้ผู้เขียนทำการปรับแก้บทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและกอง บรรณาธิการ (ถ้ามี) ภายในระยะเวลาที่กองบรรณาธิการกำหนด ดังนี้

3.6.1 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 1 ไม่เกิน 14 วัน นับจากวันที่ กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่ กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้ จะทำ การส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งที่ 2 หรือกองบรรณาธิการสามารถปฏิเสธการ ตอรับตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้ในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่า บทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.2 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 2 ไม่เกิน 10

วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้นี้ จะส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งที่ 3 หรือกองบรรณาธิการสามารถปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้ในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.3 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 3 ไม่เกิน 7 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้จะทำการส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งสุดท้าย หรือกองบรรณาธิการสามารถปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้บทความในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.4 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งสุดท้าย ไม่เกิน 5 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้นี้กองบรรณาธิการจะทำการปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.7 ในการปรับแก้บทความแต่ละครั้ง กองบรรณาธิการจะทำการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อความ บทคัดย่อ Abstract เนื้อหาเอกสารอ้างอิงและรายละเอียดอื่น ๆ ตามข้อเสนอแนะของ ผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการ รวมถึงรูปแบบบทความตามที่กอง บรรณาธิการกำหนดด้วย และหากผู้เขียนไม่ส่งบทความฉบับแก้ไขมายัง กองบรรณาธิการภายในระยะเวลาที่กำหนด กองบรรณาธิการจะถือว่า ผู้เขียนสละสิทธิ์ในการตีพิมพ์บทความลงใน TMF Journal

3.8 เมื่อกองบรรณาธิการทำการพิจารณาตรวจสอบบทความ ฉบับแก้ไขแล้ว เห็นว่า บทความควรได้รับการตีพิมพ์ลงใน TMF Journal กองบรรณาธิการก็จะทำการออกหนังสือรับรองการตีพิมพ์ให้ผู้เขียน บทความต่อไป

ทั้งนี้ กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับแก้ความถูกต้อง ของข้อมูลรูปแบบบทความให้เป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนด เพื่อให้มีรูปแบบเดียวกัน และขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการพิจารณาหรือการตอบรับการตีพิมพ์บทความได้ในทุกขั้นตอนการพิจารณาหาก เห็นสมควร

บทความที่ตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม TMF Journal ไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการทำซ้ำ คัดลอก หรือ เผยแพร่ แต่จะต้องอ้างอิงให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ

หมายเหตุ : สำหรับการให้ปรับแก้จำนวนครั้งขึ้นอยู่กับคุณภาพของงานและหากมีเหตุจำเป็นจริงๆอาจจะยืดหยุ่นวันปรับแก้ได้ เช่นผู้เขียนมีการเจ็บป่วย เป็นต้น

4. การตอบแทนผู้เขียนบทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

ทางบรรณาธิการจะทำการส่งมอบวารสารฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่ผู้แต่งหลัก จำนวน 2 เล่ม



การเขียนเอกสารอ้างอิง

ระบบอ้างอิงให้ใช้มาตรฐานของสมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association:APA) โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้าย บทความ (References) จะต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น

ตัวอย่างรายการเอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์
ตัวอย่าง

Anderson, J. E. (1994). *Public policy-making: Introduction* (2nd ed.).
New York: Houghton Mifflin.

ชื่อผู้แต่งคนที่ 1, & ชื่อผู้แต่งคนที่ 2. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์).
สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*.
Thousand Oaks, CA: Sage.

2. บทความ/ เรื่อง/ ตอน ในหนังสือรวมเรื่อง

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อเรื่อง
หนังสือ (ฉบับพิมพ์ หน้าปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง

Hall, S. (1996). The question of cultural identity. In Hall, David Held, Anthony McGrew (Eds.), *Modernity and Its Futures* (pp. 274-316). Cambridge: Polity Press.

3. บทความในวารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้าที่ ปรากฏ
บทความในวารสาร.

ตัวอย่าง

Zheng, J., Hu, Z., & Wang, J. (2009). Entrepreneurship and innovation: The case of Yangtze river delta in China. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 1(2), 85-102.

4. สารสังเขปจากฐานข้อมูล CD-ROM

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ (ซีดี-รอม). สารสังเขปจาก: ชื่อฐานข้อมูล
และหมายเลขเอกสารเพื่อการค้น.

ตัวอย่าง

Vonderwell, S. (2002). *Experiences of students and instructor in an online technology in education course: A case study* (CD-ROM). Abstract from: ProQuest File: Dissertation Abstracts Item: 3062175.

5. เอกสารออนไลน์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. วัน เดือน ปีที่สืบค้น จาก <http://www.XX/>



ตัวอย่าง

Atkins, A. (2000). *The effects of uncertainty avoidance on interaction in the classroom*. Retrieved January 10, 2013, from <http://www.birmingham.ac.uk/Documents/collegeartslaw/cels/essays/language-teaching/Atkins1.pdf>

6. อ้างอิง Proceeding

การเขียนบรรณานุกรม รายงานการประชุมวิชาการหรือการสัมมนาทาง วิชาการ Proceeding

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อบทความ*. ใน *ชื่อการประชุมหรือสัมมนา* (หน้า เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

วุฒิพงษ์ ประทุมมา และพูลพงศ์ สุขสว่าง. (2562). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทางคณิตศาสตร์ตาม Model-Eliciting Activities สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีความสามารถพิเศษ ด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์. ใน *การประชุมวิชาการทางคณิตศาสตร์ ครั้งที่ 24 ประจำปีการศึกษา 2562* (หน้า 367-379). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

แปลเป็นภาษาอังกฤษ

Pratumma, W., & Suksawang, P. (2019). Development of mathematical creativity based on model eliciting activities

for gifted upper secondary students in science and mathematics. In *Proceeding of the 24th Annual Meeting in Mathematics 2019* (pp. 367-379). Chonburi: Burapha University.

หากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทย จะต้องแปลเป็น ภาษาอังกฤษ ให้เรียบร้อย ทั้งในส่วนของการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) ให้ถูกต้องตามหลัก APA References Style

การอ้างอิงในเนื้อหา

- กรณีอ้างอิงจากงานไทย ให้ทำการเขียนอ้างอิงเป็น ภาษาอังกฤษ โดยใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

เช่น งานของ ศิริพันธ์ สาสัตย์ จากปี พ.ศ. 2561

อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Sasat (2018)

หรือ อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Sasat, 2018)

- กรณีอ้างอิงต่างประเทศ ให้ใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียน เท่านั้น และตามด้วย ปี ค.ศ.

เช่น งานของ Azita, N. S., Norazah, M. N., & Khalim, A.

จากปี ค.ศ. 2012 อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Azita, Norazah and Khalim (2012)

หรือ อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Azita, Norazah & Khalim, 2012)



การอ้างอิงท้ายบทความ

- กรณีอ้างอิงจากงานไทย ให้ทำการปรับการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษโดยใส่ชื่อสกุล, อักษรย่อชื่อต้น, อักษรย่อชื่อกลาง. (ถ้ามี) ปี (ค.ศ.), แล้วตามด้วยที่มาของเอกสารอ้างอิงนั้น ๆ

เช่น ศิริพันธ์ สาสดี และเตือนใจ ภักดีพรหม (2561), ระบบสถาน
บริบาลผู้สูงอายุ. วารสารประชากรศาสตร์, 25(1), 45-62.

เปลี่ยนเป็น Sasat, S., & Phakdiptom, T. (2018). Nursing Care
System for the Elderly. *Journal of Demography*,
25(1), 45-62

- กรณีอ้างอิงงานต่างประเทศ ให้ใส่ชื่อสกุล, อักษรย่อชื่อต้น,
อักษรย่อ ชื่อกลาง. (ถ้ามี) ปี (ค.ศ.), แล้วตาม ด้วยที่มาของเอกสารอ้างอิง
นั้น ๆ

เช่น Azita, N. S., Norazah, M. N., & Khalim, A. (2012). The
language problem issue among foreign workers in
the Malaysian construction industry. *International
Journal of Business and Social Science*, 3(11), 97-
99.

จริยธรรมในการตีพิมพ์บทความวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีความมุ่งมั่น ที่จะรักษาคุณภาพของวารสาร และการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมใน การตีพิมพ์ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด เพื่อ ประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ตลอดจนผู้อ่าน แวดวงวิชาการและ สังคมโดยรวม วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จึงได้ กำหนดจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความตามบทบาทและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. บทความของผู้นิพนธ์ที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้น ต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ใดมาก่อน หรือไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณา ของวารสารวิชาการหรือ งานประชุมวิชาการอื่นใดพร้อมกัน
2. หากผู้นิพนธ์มีการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในบทความของตน ผู้นิพนธ์จะต้องทำการอ้างอิงในเนื้อหา รวมทั้งการจัดทำรายการอ้างอิง ทำยบทความ ให้เรียบร้อยไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง
3. ผู้นิพนธ์จะต้องเขียนบทความทางวิชาการให้ถูกต้องและเป็นไป ตามรูปแบบที่กองบรรณาธิการกำหนดไว้ใน “คำแนะนำในการเตรียม บทความเพื่อตีพิมพ์ ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย”



4. ผู้นิพนธ์ที่มีรายชื่อปรากฏในบทความ จะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในบทความนั้นจริง
5. ผู้นิพนธ์ต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการวิจัยและ การศึกษานั้น โดยไม่บิดเบือนข้อมูลหรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
6. ผู้นิพนธ์ต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการวิจัยและระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณากลับกรองและตรวจสอบ บทความที่ส่งมา เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัย โดยพิจารณาเนื้อหาบทความที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสารที่เปิดรับ
2. บรรณาธิการพิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรงกับสาขาวิชาของบทความนั้น ๆ เพื่อประเมินคุณภาพบทความ โดยที่ผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์
- 3 บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์และ ผู้ทรงคุณวุฒิให้ทราบต่อกัน
4. บรรณาธิการต้องใช้เหตุผลทางวิชาการในการพิจารณา บทความ โดยไม่มีอคติหรือเหตุผลส่วนตัวในการพิจารณาบทความของผู้นิพนธ์
5. บรรณาธิการต้องตีพิมพ์บทความที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว และผู้นิพนธ์ได้ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วเท่านั้น

6. บรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์หรือ ผู้ทรงคุณวุฒิ และ ไปนำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจ หรือนำไปเป็น ผลงานทาง วิชาการของตนเอง

7. บรรณาธิการต้องตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการ ประเมิน และตรวจสอบคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์ทุกครั้ง

8. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของ วารสาร อย่างเคร่งครัด และรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงการพัฒนา วารสารให้มีคุณภาพและมีความทันสมัยอยู่เสมอ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนใดส่วน หนึ่งของบทความที่พิจารณาแก่บุคคลอื่น

2. ผู้ทรงคุณวุฒิควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนเอง เชี่ยวชาญ และมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง โดยมีการ ประเมิน/ วิจารณ์เนื้อหาบทความและให้ข้อคิดเห็นในเชิงวิชาการ

3. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก ไม่มี อคติหรือS เหตุผล ส่วนตัวในการประเมินบทความ และไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย กับผู้นิพนธ์

4. หากผู้ทรงคุณวุฒิมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับ บทความ ที่กองบรรณาธิการส่งให้ประเมินนั้น ผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องแจ้งให้ กอง บรรณาธิการทราบทันที

5. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาในการประเมินบทความตามกรอบ ระยะเวลาที่กองบรรณาธิการกำหนด
6. หากผู้ทรงคุณวุฒิพบหรือสงสัยว่าบทความจะซ้ำหรือมีการคัดลอก จะต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบเพื่อตรวจสอบทันที
7. หากจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความวารสาร TMF Journal จะไม่เปิดเผยโดยตรงต่อผู้เขียนและจะเปิดเผยตรงต่อหน่วย งานที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาผลงานทางวิชาการเท่านั้น ทั้งนี้ขั้นตอนต้องเป็นไปตาม พรบ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ

**ค่าธรรมเนียมในการส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์
ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ**

อัตราค่าธรรมเนียม

- ค่าธรรมเนียมการส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ลงใน TMF Journal บทความละ 1,500 บาท (ชำระเมื่อบทความผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ เพื่อส่งไปยังผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาต่อไป)
- แต่ในระยะแรก 3 ปีแรก ยกเว้นค่าธรรมเนียม (2565-2567)
- ค่าธรรมเนียมการสมัครสมาชิกหรือต่ออายุสมาชิกวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย ปีละ 200 บาท (4 ฉบับต่อปี)
- ค่าธรรมเนียมการขอซื้อตัวเล่มวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยเพิ่มเติม เล่มละ 180 บาท

หมายเหตุ การชำระค่าธรรมเนียมในการส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์นั้น ไม่ได้ถือว่าบทความจะได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสารกองทุน พัฒนาสื่อปลอดภัยเสมอไป เพราะ ต้องผ่านกระบวนการพิจารณาของ ผู้ทรงคุณวุฒิ และกองบรรณาธิการก่อน ซึ่งจะต้อง ผ่านการพิจารณาจาก ผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 ท่าน จึงจะสามารถแจ้งผลการ พิจารณาไปยัง ผู้เขียนได้ว่าบทความผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ต่อไปหรือไม่ ทั้งนี้ กอง บรรณาธิการจะไม่คืนเงิน ค่าธรรมเนียมให้กับผู้เขียน ไม่ว่าบทความจะได้รับ การ ตีพิมพ์ลงใน TMF Journal หรือไม่ก็ตาม





ใบสมัคร/ต่ออายุสมาชิก วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ข้าพเจ้า.....
โทรศัพท์ : E-mail.....
ขอสมัคร/ ต่ออายุสมาชิกวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เป็นเวลา ปี ตั้งแต่ปีที่ จนถึง
ถึงปีที่
ชื่อและที่อยู่ในการจัดส่ง
ชื่อและที่อยู่ในการออกใบเสร็จ

ลงชื่อ..... ผู้สมัคร
วันที่...../...../.....

อัตราค่าสมาชิก 1 ปี (4 ฉบับ) 200 บาท

ชำระค่าสมาชิกวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF) โดยโอนเงิน
ผ่านบัญชีธนาคาร เท่านั้น

เลขที่บัญชี ประเภทบัญชี ออมทรัพย์

ธนาคาร. สาขา.....

กรุณาส่งใบสมัครพร้อมกับหลักฐานการชำระได้ 2 ทาง ดังนี้

1) ทางอีเมล : journal.tmf@thaimediafund.or.th

2) ทางไปรษณีย์ : กองบรรณาธิการวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์ (TMF)

เลขที่ 388 อาคาร เอส.พ. (โอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท
กรุงเทพมหานคร 10400

โทร. 02 273 0116-8 โทรสาร. 02 273 0119

E-mail : journal.tmf@thaimediafund.or.th

เว็บไซต์ : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index>

TMFJournal

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

เลขที่ 388 อาคารเอส.พี. (ไอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6 ถนนพหลโยธิน
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทร. 02 273 0116 - 9 โทรสาร. 02 273 0120

E-mail : journal.tmf@thaimediafund.or.th

Website : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index>