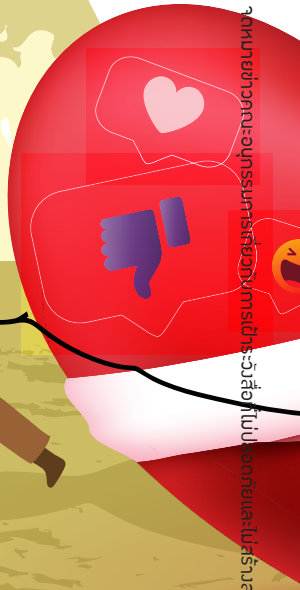


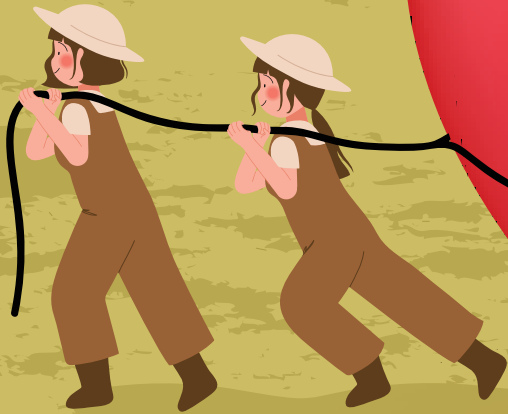
+6
-3
=

+6 เรื่องสร้างสรรค์
- 3 เรื่องร้าย
= สื่อปลอดภัย



จากภาพถ่ายและภาพกราฟิกที่จัดทำขึ้นโดยสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

เสพติดดราม่า Drama Addict



CONTENTS

01

Editor's Talk

02

เป็นข่าว
ข่าวสาร กิจกรรม

03

เป็นสื่อ
เล่าสื่อกันฟัง
เวทีนำเสนอผลงานของผู้รับทุน

04

เป็นแขก
สื่อ(น้ำ)ดีพาสังคม
หนีดราม่า

07

เป็นเหตุ
เศร้า ทำร้าย
ดราม่าเป็นเหตุสังเวยได้

08

เป็นமாகี
สร้างพลังพลเมืองรู้ทัน
สื่อลวงโฆษณาเกินจริง

10

เป็นเรื่อง
เสพดราม่า ไม่ดราม่า

14

เป็นหมวดหมู่
ชีวิตดี 8 วิธีก้าวพ้นดราม่า

15

เป็นต่อ
Say No ดราม่าหน้าจอ
ด้วย Social Detox

16

เป็นมิตร
กำจัดพฤติกรรมเสี่ยง
ติดมือถือ

บวกหก ลบสาม

+6

สื่อควรมีเนื้อหา

1. ส่งเสริมให้เกิดระบบวิธีคิด มีสติปัญญา
2. ส่งเสริมความรู้ในเรื่องวิชาการและศาสตร์สาขาต่าง ๆ
3. ส่งเสริมการพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรม
4. ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต
5. ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ยอมรับ เข้าใจ และชื่นชมความหลากหลายในสังคม
6. ส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

-3

สื่อที่ตัดทิ้งไม่มีเนื้อหา

1. พฤติกรรมและความรุนแรง
2. เรื่องทางเพศ
3. การใช้ภาษาที่หยาบคายและไม่เหมาะสม



ตามข้อกำหนดแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ ประกาศสำนักคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับทุกสื่อ

EDITOR'S TALK



ลัดดา ตั้งสุภาชัย
ประธานอนุกรรมการเกี่ยวกับการเฝ้าระวัง
สื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์

ดราม่าหน้าจอ

+6-3 ฉบับนี้ เราพาท่านผู้อ่านมา “ดราม่า” กันค่ะ

อย่าเพิ่งตกใจว่าจะมีเรื่องดราม่าอะไร เราจะคุยกันถึง “ดราม่าหน้าจอ” ที่พบเห็นได้บ่อยครั้งในพื้นที่สื่อต่าง ๆ ในปัจจุบัน ทำไมดราม่าเป็นเรื่องน่าติดตาม และพวกเราจะก้าวข้ามดราม่าไปสู่การแลกเปลี่ยนความเห็นผ่านสื่อ เพื่อสร้างสังคมอุดมปัญญากันได้อย่างไร

การใช้สื่อออนไลน์ หากใช้ในทางสร้างสรรค์ พื้นที่อินเทอร์เน็ตจะเปรียบเสมือนสังคมและห้องเรียนขนาดใหญ่ให้เราได้เรียนรู้ในสิ่งที่สนใจได้ไม่รู้จักจบ แต่ในทางกลับกัน หากเราใช้ในทางไม่สร้างสรรค์ พื้นที่ในโลกออนไลน์ก็จะกลายเป็นพื้นที่ขยะไป

ฉบับนี้ว่ากันด้วยเรื่องดราม่า แต่ไม่ดราม่าค่ะ

+6-3

**คณะผู้จัดทำจดหมายข่าว
คณะอนุกรรมการเกี่ยวกับการ
เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัย
และไม่สร้างสรรค์ +6-3**

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวลัดดา ตั้งสุภาชัย

ประธานคณะอนุกรรมการเกี่ยวกับการ
เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์
ที่ปรึกษาของบรรณาธิการ

นายธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุน

พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

รศ. นพ.ชาญวิทย์ พรนภดล ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านจิตเวชศาสตร์เด็กและวัยรุ่น

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางวรินรำไพ ปุณย์ธนาธิปไตย

รองผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์

กองบรรณาธิการ

นางสาวศิตตมาณี ลอยเลิศ

นางสาวเสริมสิน ชินวุฒิมังค

บรรณาธิการฝ่ายศิลป์

นางสาวญาณชาติ นารถไทยวัฒนา

ถ่ายภาพ

นายประสิทธิ์ เอนกอนันตพันธุ์

ประสานงาน

นางสาวมณีนุญา พาลมูล

นางสาวสุชาติพ ลากสมทบ

นายเชาวน์เมือง เวชกามา

นางสาวสุดารัตน์ เทียงไทสง

สำนักงาน

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ
สร้างสรรค์ เลขที่ 388 อาคาร เอส.พี.
(ไอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6

ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน

เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 0 2273 0116-8

โทรสาร 0 2273 0119

อีเมล: contact@thaimediafund.or.th

เว็บไซต์: www.thaimediafund.or.th

● เป็นข่าว



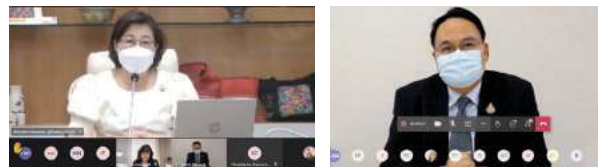
14.05.64

ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ร่วมกับ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม และคณะกรรมการปฏิรูปประเทศด้านวัฒนธรรม กีฬา แรงงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จัดงานแถลงข่าว โครงการสื่อสร้างสรรค์คุณธรรมอวอร์ด ปี 2563 (Moral Media Awards 2020) ดำเนินการคัดเลือกผลงาน “สื่อสร้างสรรค์คุณธรรม” เพื่อประกาศยกย่อง บุคคล องค์กร หน่วยงานที่ผลิต และนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องด้านคุณธรรมมาผลิตเป็นสื่อในรูปแบบต่าง ๆ โดยผลงานที่ได้รับการคัดเลือกจะได้รับโล่เกียรติคุณ พร้อมเผยแพร่ขยายผลสู่สาธารณะ

NEWS

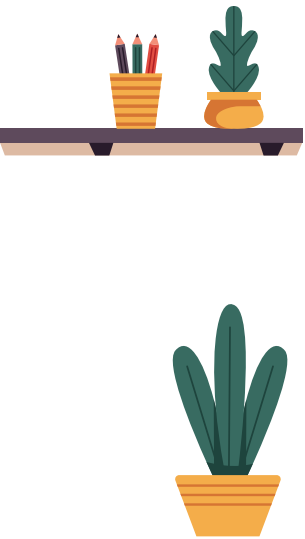
27.05.64

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ร่วมกับ บริษัท กู๊ดธิงแอฟเฟน จำกัด และ บริษัท หับให้หิ้น บางกอก จำกัด แถลงข่าวเปิดตัว #HATETAGtheproject โครงการหนังสือสั้น 10 เรื่องจาก 5 ผู้กำกับคุณภาพ เพื่อรณรงค์การหยุด bully ในโลกออนไลน์ “หยุดระรานผ่านออนไลน์” ผลงานผู้รับทุนประเภทเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปี 2563 กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ณ The circus studio กรุงเทพฯ



01.06.64

ดร.ยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ประธานอนุกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นประธานเปิดงานและมอบแนวทางการทำงานให้กับ 98 โครงการที่ได้รับทุนสนับสนุน ประจำปี 2564 ในการจัดปฐมนิเทศแบบออนไลน์ ด้าน ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้กล่าวขอบคุณทุกองค์คัพยพที่มีส่วนสำคัญยิ่งในทุกกระบวนการของการพิจารณาให้ทุนได้ลุล่วงและเกิดความสำเร็จ พร้อมแสดงความยินดีกับทุกโครงการที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติ



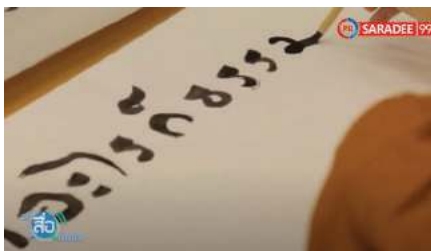
เล่าสื่อกันฟัง เวทีนำเสนอผลงานของผู้รับทุน

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งได้ปฏิบัติหน้าที่ตามพันธกิจในการส่งเสริม สนับสนุน ภาครัฐเครือข่ายทุกภาคส่วนผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยการสนับสนุนทุนให้บุคคล กลุ่ม หรือองค์กรทั่วประเทศไทยสร้างนวัตกรรมสื่อแบบต่าง ๆ

ผลงานของผู้รับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อฯ ประสบผลในการขับเคลื่อนสังคมให้ตระหนักและรู้เท่าทันสื่อได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ผลงานเหล่านี้ได้เผยแพร่ในวงกว้างสู่สาธารณะ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น รายการเล่าสื่อกันฟัง จึงเกิดขึ้น

เล่าสื่อกันฟัง เป็นรายการที่เสมือนเวทีนำเสนอผลงานของผู้ที่ได้รับการสนับสนุนทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยมี ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นผู้ดำเนินรายการด้วยตนเอง ชวนผู้รับทุนมาบอกเล่าเรื่องราวถึงการดำเนินการโครงการที่นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ตามตามวัตถุประสงค์ แนวทางการก้าวข้ามอุปสรรค การแก้ปัญหา และเสียงตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย “เผยแพร่-ต่อยอด-ขยายผล” ทำการสื่อสารให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง สร้างการเข้าถึง เข้าใจ เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากผลงานที่เกิดขึ้น รวมทั้งได้รับความรู้ ประสบการณ์ร่วม และแรงบันดาลใจในผลงานด้านการผลิตและนำเสนอสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ตัวอย่างรายการเล่าสื่อกันฟัง



ตอนที่ 21: โครงการทำอะไรธรรม

เพราะศาสตร์ในโลกนี้ที่อธิบายตัวเองได้ดีที่สุด ไม่ใช่ศาสตร์ทางโลกแต่เป็นพุทธธรรม “ทำอะไรก็ธรรม” นวัตกรรม



ตอนที่ 27: โครงการ The O(l)dol พลังบันดาลใจวัย O

บทบาทของ The O(l)dol พลังบันดาลใจวัย O คือเปลี่ยนแปลงความคิด และพฤติกรรมของคนต่างวัยที่มีต่อผู้สูงอายุส่งเสริมให้ผู้สูงวัยในยุคนี้มี “แรงบันดาลใจ” และ “โอกาส” กล้าที่จะเลือกใช้ให้มีชีวิตความสุขหลังวัยเกษียณ



ตอนที่ 30: โครงการโตมายังไง

หัวใจสำคัญของ “โตมายังไง” คือสื่อสร้างสรรค์กระตุ้นให้เกิดการตั้งคำถาม ค้นหาคำตอบ และตระหนักในการตรวจสอบสมการชีวิต นำมาซึ่งการทบทวนตัวตน และทิศทางการดำเนินชีวิตอย่างมีคุณภาพสำหรับศตวรรษที่ 21



รายการเล่าสื่อกันฟัง

ออกอากาศทุกวันอาทิตย์

เวลา 08:30-08:55 น. ทาง พีเอสไอ สารคดี ช่อง 99



การแข่งขันของสื่อตั้งแต่
ยุคเก่าจนถึงยุคปัจจุบัน
คือ การคิดว่าจะทำ
อย่างไรให้คนเห็นได้มาก
ที่สุด โดยไม่ได้นึกถึง
เรื่องคอนเทนต์สักเท่าไร
หลายสื่อจึงมองว่าสิ่งที่
จะดึงคนให้เข้ามาอยู่ในหน้า
สื่อของเขาได้ คือ การมี
ดราม่า



สื่อ(น้ำ)ดีพาสังคม หนีดราม่า

ปัจจุบันช่องทางการสื่อสารหรือแพลตฟอร์มมีมากขึ้น การส่งสารหรือรับข่าวสารจึงเป็นไปอย่างกว้างขวางและมีปริมาณมาก ไม่จำกัดทั้งเรื่องเวลาและสถานที่ มีผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ได้รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์มากกว่าการเปิดโทรทัศน์ องค์กรสื่อดั้งเดิมผู้มาก่อนยุค Disruption (ภาวะหยุดชะงัก) จึงต้องปรับตัวเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ต้องเปลี่ยนจากการการเช็กเรตติ้งมาเช็กยอดไลค์ ยอดแชร์ และยอดวิว และเน้นผลิตเนื้อหาดราม่ามากกว่าเนื้อหาคุณภาพ เหตุผลหลักคือเพื่อให้ธุรกิจสื่ออยู่รอด

ผศ. ดร. อัจฉรา ปันทรภาณุวงศ์ อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และในฐานะนักวิชาการด้าน “สื่อ” ได้ให้ความเห็นและมุมมองที่น่าสนใจว่าแท้จริงแล้ว เมื่อดราม่าเกิดขึ้นทุกวัน ส่งไม้ต่อจตามไม้กัน ยังมีคนปุ่สื่อรอมมาก ยิ่งเข้าทางสื่อจริงหรือ? แล้วจะลดดราม่าในเนื้อหาสื่อ เพื่อการก้าวสู่สมรรถุมีสื่อคุณภาพของประเทศไทยได้อย่างไร มาทำความเข้าใจและหาทางออกไปพร้อมกัน

ออนไลน์สิ้นวงการสื่อสะเทือน

“แต่เดิมองค์กรสื่อหรือที่เรารู้จักกันผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ มีอยู่ไม่กี่เจ้าไม่กี่ราย แต่ปัจจุบันมีแพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามา ทำให้ทุกคนเข้าถึงช่องทางนี้ได้ ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้ใช้ผู้บริโภคข่าวสารเปลี่ยนไป ยิ่งคนรุ่นใหม่ไม่มีใครดูโทรทัศน์กันแล้ว องค์กรสื่อก็ต้องเข้าใจผู้บริโภค ว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมอย่างไร อย่างเช่นการดูรายการในสมัยก่อนให้ความสำคัญกับการทำผังรายการ เป็นกลยุทธ์ที่จะช่วงชิงคนดู จะเอาข่าวไว้ช่วงไหน เอาละครไว้ช่วงไหน แต่เดี๋ยวนี้ไม่จำเป็นแล้ว เมื่อมีแพลตฟอร์มออนไลน์จะดูเมื่อไหร่ตอนไหนก็ได้ และตอนนี้ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถที่จะเป็นเจ้าของสื่อได้ บทบาทการสื่อสารจึงไม่ได้จำกัดอยู่ที่องค์กรสื่อหลัก ๆ ที่เป็นสื่อดั้งเดิม และสื่อดั้งเดิมที่เกิดก่อนยุคออนไลน์หรือยุคก่อนเกิดการ Disruption ก็ต้องปรับตัวเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ต้องทำงานคู่ขนานกันไป

ทั้งในเรื่องเนื้อหาที่ต้องจัดวิธีการส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการ และยังมีเรื่องรายได้ทางธุรกิจ รายได้ที่มาจากสื่อโฆษณาก็ต้องแบ่งไปกับสื่อออนไลน์ด้วย ไม่เหมือนสมัยก่อนที่รับรายได้จากการขายโฆษณาเต็ม ๆ ตอนนี้ก็ต้องหาวิธีการสร้างรายได้ให้มากขึ้น”

ลมหายใจของสื่อคือดราม่า?

“จริง ๆ แล้ว โมเดลของการทำงานสื่อแบบนี้เป็นโมเดลดั้งเดิมที่สื่อมีอยู่ คือการพึ่งพิงรายได้ของโฆษณา ถ้ารายการของคุณคนดูเยอะ คนเข้าถึงเยอะ คุณจะขึ้นราคาแพง ๆ ก็ได้ แปรผันไปตามจำนวนคนที่เห็น เพราะฉะนั้นการแข่งขันของสื่อตั้งแต่ยุคเก่าจนถึงยุคปัจจุบัน คือ การคิดว่าจะทำอย่างไรให้คนเห็นได้มากที่สุด โดยไม่ได้นึกถึงเรื่องคอนเทนต์สักเท่าไร หลายสื่อจึงมองว่าสิ่งที่ดึงดูดคนให้เข้ามาอยู่ในหน้าสื่อของเขาได้ คือ การมีดราม่า ดราม่าในที่นี้ คือการทำให้มีความหวือหวาทงอารมณ์ เรื่องของการเข้าไปจับความรู้สึกของคนมาก ๆ ซึ่งเป็นวิธีการที่จะดึงดูดความสนใจของคน ยกตัวอย่างข่าวอาชญากรรมอาจเอามาเล่นเป็นสีสันของดราม่าได้ ทั้งฆาตกร ผู้ต้องหา ชีวิตเบื้องหลัง ความรันทดต่าง ๆ โดยบางช่องให้เหตุผลว่าที่นำเสนอเพื่อเป็นตัวอย่างแก่สังคม สังคมจะได้ไม่ทำตาม ซึ่งจะต้องถกเถียงกันต่อไปว่าสิ่งนี้เป็นผลดีหรือผลลบกันแน่ หรือมากเกินไปหรือเปล่า เอาสิ่งที่ไม่เป็นความจริงเข้าไปยุ่งเกี่ยวทางด้านกฎหมาย ทางด้านการสืบสวนต่าง ๆ และมีผลกระทบต่อสังคมในเรื่องของการมองบุคคลหรือพฤติกรรมของคน ว่าเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดี ทั้งหมดนี้เกิดจากการที่สื่อกังวลเรื่องของเรตติ้งมากจนเกินไป”



ประชาชนก็เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนา
สื่อที่ดี อย่าคิดเพียงว่าฉันเป็นประชาชน
ไม่ใช่สื่อ ฉันไม่เกี่ยวข้อง เราเริ่มจาก
ตัวเองได้ คือ เราควรเป็นผู้รับสารที่ดี
อะไรที่รู้สึกว่าจะไม่เห็นด้วยก็สามารถ
ส่งเสียงกลับไป



ประชาชนส่งเสียง สัมคมส่งสาร สะกิดสื่อ

“ในมุมมองส่วนตัวคิดว่ากระแสดอนนี้ เมื่อสื่อเป็นผู้สร้าง
ดราม่าก็จะถูกกลุ่มสื่อด้วยกันเองตั้งคำถาม เราจะเห็นสภา
สื่อมวลชนแห่งชาติออกแถลงการณ์ทุกครั้ง เมื่อเกิดดราม่าต่าง ๆ ขึ้น
เช่น การรายงานข่าวกรณีมีเด็กเป็นเหยื่อ กรณีวัดชินโควิต พร้อม
แนะนำขั้นตอน วิธีการทำงาน เช่น หากสัมภาษณ์ต้องไปสัมภาษณ์
แพทย์ ตรวจสอบข้อมูลเป็นทางการ มีการเรียกร้องการทำงานตรงนี้
มากขึ้น ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดี แล้วสื่อเองก็พยายามหามาตรฐานกลาง
เพื่อให้สื่อด้วยกันนำไปดำเนินการตามได้ แต่เราก็ต้องยอมรับว่า
องค์กรวิชาชีพสื่อเป็นวิชาชีพที่ไม่มีผลทางกฎหมาย ก็ไม่สามารถ
บังคับว่าคุณต้องทำอย่างนั้นอย่างนี้ เป็นเพียงแค่การรวมตัวกันของ
คนทำงานสื่อเท่านั้น”

อีกอย่างหนึ่งคือเสียงของประชาชน พลังผู้บริโภคก็มีผล เมื่อ
ประชาชนหรือผู้บริโภคส่งเสียงมาว่าคุณคิดว่าเราอยากดูเรื่องดราม่า
มีภาพน่ากลัว ภาพน่าสงสาร เราไม่อยากจะดู อย่าคิดว่าเราอยากดู
ก็เป็นสิทธิ์ของผู้บริโภคของผู้รับสาร ซึ่งก็มีกรณีแรง ๆ เหมือนกัน
ถึงขั้นที่สื่อต้องปิดคอมเมนต์ ยอมขอโทษ นั่นเป็นสิ่งที่ดี เพราะ
อยากให้สื่อทำงานรับผิดชอบมากขึ้น ด้วยการฟังเสียงประชาชน
และสังคมก็ควรส่งเสริมให้สื่อเองยืนได้ โดยไม่ต้องมานั่งดราม่ากับ
การได้ยอดไลก์ ยอดวิว เรตติ้ง สื่อก็สามารถทำคอนเทนต์ที่ดีได้”

สื่อ(น้ำดี)ไม่จำเป็นต้องมีดราม่า

“สื่อควรเป็นตะเกียง ทำตัวให้เป็นคนชี้หน้า ไม่วิ่งตามกระแส
ของอารมณ์ ยกตัวอย่างว่าประชาชนกำลังกังวลเรื่องวัคซีน สื่อก็
ควรทำหน้าที่ไปหาข้อมูล ตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องแล้วมานำเสนอ
ไม่ใช่หยิบข้อมูลจากโซเชียลมีเดียมา แล้วรายงานทันทีให้คนตื่น
ตระหนกตกใจ กลายเป็นการทำร้ายสังคม ซึ่งถ้าสื่อนำเสนอข้อมูลที่
ถูกต้อง คนในสังคมก็就会有ความเข้าใจที่ดีขึ้น หรือข่าวเด็กเรียน
ออนไลน์แล้วเครียด ถ้าเด็กออกมาร้องไห้แล้วสัมภาษณ์ อาจจะ
ดราม่า ได้อารมณ์คนดูเยอะ แล้วทางออกคืออะไร กลับกันสื่อลอง
ไปดูสาเหตุว่าทำไมเด็กเครียด เพราะอะไร เมื่อไปที่ต้นตอปัญหา
ก็อาจเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาได้”

ในปัจจุบันนี้ทุกคนเป็นสื่อได้ ดังนั้นการสื่อสารที่ดี ประชาชน
ก็เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสื่อที่ดี อย่าคิดเพียงว่าฉันเป็นประชาชน
ไม่ใช่สื่อ ฉันไม่เกี่ยวข้อง เราเริ่มจากตัวเองได้ คือ เราควรเป็นผู้รับ
สารที่ดี อะไรที่รู้สึกว่าจะไม่เห็นด้วยก็สามารถส่งเสียงกลับไป หรือถ้า
ผลิตสื่อเองได้ก็ทำขึ้นมา เช่นเราอาจจะเก่งเรื่องปลูกต้นไม้ การปลูก
ต้นไม้สามารถเป็นรายได้อีกทางที่สำหรับคนที่อยากหารายได้เพิ่ม
คนที่ปลูกสมุนไพรสามารถลดค่ายาได้เลยนะ คนตัวเล็กตัวน้อยก็
มีศักยภาพได้ ยิ่งการทำงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ
สร้างสรรค์เข้ามาส่งเสริมด้านนี้ก็ช่วยให้เกิดสื่อปลอดภัยและสื่อ
สร้างสรรค์มากขึ้น”



เศร้า ก้าวร้าว ดราม่าเป็นเหตุสังเกตได้

ถ้าคุณเคยท้อโซเซแล้วรู้สึกอินกับเรื่องของคนอื่น เคยใช้คำว่า “ปุเสื่อรอ” หรือ “ต้มมาบารอ” เพื่อเข้ากับเพื่อน หรือเคยเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมทวิวลคนในโลกออนไลน์...นั่นแปลว่าคุณเคยก้าวขาข้างหนึ่งเข้าไปอยู่ในสวิตช์ดราม่าแล้ว ยิ่งกรณีที่ขาดภูมิคุ้มกันทางจิตใจ การเสพดราม่าจากหน้าจอมาก ๆ หรือเข้าไปมีส่วนร่วมอาจส่งผลกระทบต่อโลกในชีวิตจริงได้อย่างคาดไม่ถึง ทั้งด้านการจัดการอารมณ์ ความเครียด การคิดลบ ช่างนิบนา ซอเปรียบเทียบ จนทำให้ความสุขที่มีหดหายไป

แม้จะเป็นอย่างนั้น แต่รู้หรือไม่ว่าทำไมคนส่วนใหญ่กลับยังเสพติดดราม่า แถมเป็นตัวการส่งต่อ ถึงจะรู้อยู่แก็ใจว่าไม่ดี เรื่องนี้สามารถอธิบายได้ด้วยผลการศึกษาของ Paul Zak ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาประสาทเศรษฐศาสตร์ที่ Claremont Graduate University โดยข้อมูลเผยข้อเท็จจริงหนึ่งที่น่าสนใจว่า ธรรมชาติของสมองมนุษย์หลงรักเรื่องราว ไม่ว่าเราจะเสพเรื่องนั้นผ่านสื่อชนิดไหน ถ้าเรื่องนั้นมีจุดดราม่า สมองก็จะหลั่งสารที่เรียกว่า oxytocin หรือสารแห่งความรักออกมา

จุดนี้เองที่ทำให้เรา “อิน” กับเรื่องราวบางเรื่อง ต่อให้เรื่องนั้นเป็นเรื่องของคนอื่น แต่ก็เกิดความผูกพันและเห็นใจขึ้นได้ เมื่อความผูกพันทำงานย่อมส่งผลให้เกิดกระบวนการเลือกข้าง พร้อมกับแสดงความเกลียดชังและก้าวร้าวต่อฝั่งตรงข้ามอัตโนมัติ

นอกจากนี้ประเด็นสำคัญที่สนับสนุนให้สังคมโซเชียลเกิดดราม่าเพิ่มขึ้น รศ. ดร. วรชัย คุรุจิต ประธานคณะอนุกรรมการส่งเสริมสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กองทุนพัฒนาสื่อฯ ระบุว่า เพราะคนที่แสดงความคิดเห็นรุนแรง และความเกลียดชังในโลกออนไลน์ส่วนใหญ่ ไม่ได้สื่อสารกันแบบเห็นหน้า หรือ Face to face เมื่อส่งสารไปแล้วจะไม่มีใครรู้จักตัวตนที่แท้จริง จึงแสดงออกอย่างเต็มที่

เพื่อเอาตัวรอดต่อความเห็นที่ชวนให้ประธาบางในวันที่เราใช้โซเชียลมีเดียมากขึ้นเรื่อย ๆ การเลี่ยงดราม่าด้วยการปรับตัวปรับใจ เรียกสติก่อนพิมพ์และปฏิเสธการเข้าไปคลุกวงดราม่า ตามสำนวน Don't feed the troll. จึงเป็นทางออกที่ดีที่สุด

อย่า! ดราม่า



เช็กก่อนเชื่อ

ทุกเรื่องเล่าโลกออนไลน์ เสพแล้วอย่าเพิ่งด่วนสรุปออกตัวแรง เพราะคุณมีสิทธิ์หน้าแตกและเป็นเหยื่อดราม่าทุกเมื่อ ดีไม่ดีอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดีได้ จึงควรเช็กต้นตอก่อนเสมอ



คิดก่อนคุย

เมื่อพบข้อความปั่น ๆ ให้จิตใจในโลกออนไลน์ จำไว้เสมอว่านี่คือหลุมพรางที่ถึงเราเข้าร่วมดราม่า ควรเตือนใจให้รู้ทันและออกห่างก่อนคอมเมนต์



โต้ตอบอย่างสุภาพ

บางสถานการณ์ที่เจอประโยชน์ชวนเลือดขึ้นหน้า คว้นออกหูแก็ไหน ให้เลือกโต้ตอบด้วยคำสุภาพเข้าไว้ เพราะนี่คือวิธีไม่ตกอยู่ในเกมของคนเป็นพิษ (Toxic People)

ข้อมูลอ้างอิง: 1. https://greatergood.berkeley.edu/article/item/how_stories_change_brain

สร้างพลังพลเมืองรู้ทัน สื่อลวงโฆษณาเกินจริง

โฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริงและหลอกลวงผู้บริโภคยังมีข่าวให้เห็นในทุกวัน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์สกินแคร์ที่ทำให้เกิดผลข้างเคียงส่งผลกระทบต่อชีวิตหรือทำให้เสียเงินจำนวนมาก ซึ่งเกิดขึ้นกับคนทุกวัย การป้องกันและเท่าทันสื่อโฆษณาเกินจริง จึงมีความจำเป็นเพื่อสร้างเกราะทางความคิดให้ผู้บริโภค



WHAT

คุณสิรินนา เล่าให้ฟังว่า สมาคมผู้บริโภคสุราษฎร์ธานี ทำงานเรื่องคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อโดยตรง เพราะสื่อมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งปัญหาที่พบเป็นประจำคือผู้บริโภคส่วนหนึ่งไม่รู้เท่าทันในการบริโภค ทั้งเรื่องของอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ส่วนใหญ่มาจากการโฆษณาเกินจริงจากสื่อที่พยายามสร้างค่านิยมและสร้างทัศนคติบางอย่างให้ผู้ชมหลงเชื่อ

WHO

โครงการพลังพลเมือง พลังเยาวชน เท่าทันเฝ้าระวังสื่อ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นโครงการที่เกิดขึ้นภายใต้การดำเนินงานของสมาคมผู้บริโภคสุราษฎร์ธานี โดยมีคุณสิรินนา เพชรรัตน์ เป็นหัวหน้าโครงการ



คุณสิรินนา เพชรรัตน์



HOW

โครงการฯ เริ่มต้นโดยชวนคุณครูมาพูดคุยถึงเรื่องการพัฒนาศักยภาพคุณครูให้รู้เท่าทันสื่อ เพื่อสามารถออกแบบชุดกระบวนการเรียนรู้ขั้นเทคนิค ที่จะนำไปใช้ในเด็กนักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยชุดกระบวนการเรียนรู้เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อโฆษณา ตัวอย่างของโฆษณาแฝง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา

หลังจากนั้นโครงการฯ มาอบรมแกนนำของเด็กและเยาวชน และพัฒนาศักยภาพแกนนำที่เป็นเครือข่ายผู้บริโภคร เพื่อให้มีความรู้เท่าทันสื่อและสามารถนำเอากระบวนการเรียนรู้ไปศึกษาต่อในชุมชนของตนเองได้ เช่น การจัดอบรมอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน(อสม.) ให้รู้เท่าทันสื่อ เป็นต้น และนับเป็นผลสำเร็จของโครงการฯ เพราะเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ สามารถสื่อสารเรื่องการรู้เท่าทันสื่อให้เพื่อน ๆ ในโรงเรียนได้ ทั้งนี้ ชุดกระบวนการเรียนรู้ที่ได้ร่วมออกแบบกับครูแกนนำสามารถนำมาขยายผลและพัฒนาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

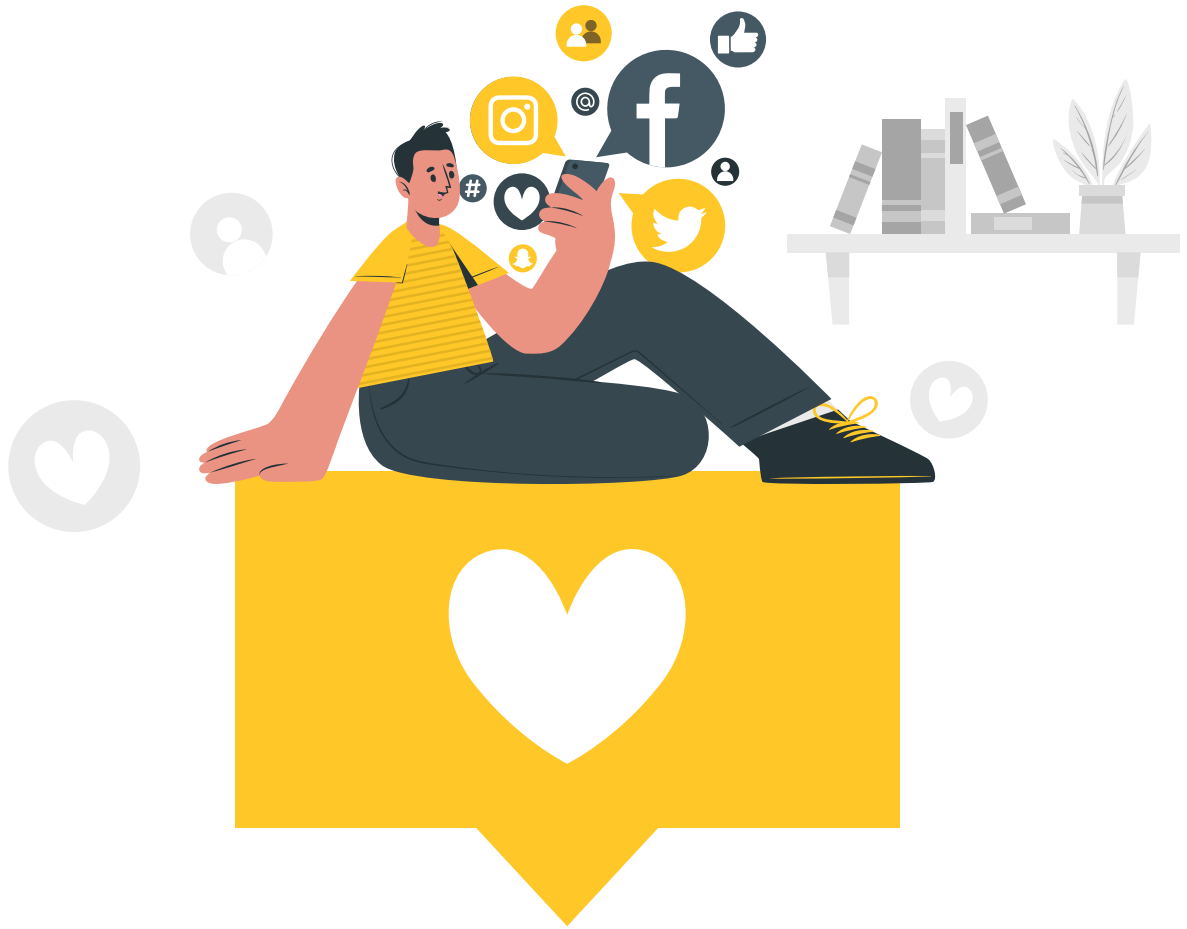
WHY

เมื่อมาดูกลุ่มเป้าหมายที่อยากให้เท่าทันสื่ออย่างกลุ่มเด็กและเยาวชนก็พบว่ารู้เท่าทันสื่อในจำนวนน้อย เช่น เด็กวัยรุ่นเมื่อจะซื้อเครื่องสำอาง หรือซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพก็จะดูจากสื่อซึ่งสื่อที่ว่าคนจะสวยต้องขาว เมื่อเด็กวัยรุ่นจดจำทัศนคตินี้ก็จะบริโภคอย่างไม่คิดให้ถ่วง ดังนั้นหากโครงการฯ ได้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เด็กและเยาวชนสามารถรู้เท่าทันสื่อและใช้สื่อได้อย่างเหมาะสมก็จะช่วยสร้างกระบวนการคิดและเป็นประโยชน์ต่อการเลือกซื้อสินค้าต่อไป



WHERE

โครงการพลังพลเมือง พลังเยาวชน เท่าทันเฝ้าระวังสื่อ ดำเนินการร่วมกับ 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือเด็กและเยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยนำร่องที่ 6 โรงเรียนและ 2 มหาวิทยาลัย ประมาณ 100 คน กลุ่มที่ 2 คือ ครูแกนนำที่สอนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและอาจารย์มหาวิทยาลัย และกลุ่มที่ 3 คือเครือข่ายผู้บริโภครในอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



เสพดราม่า ไม่ดราม่า

ในยุคที่เราใช้เวลาอยู่ในโลกออนไลน์พอ ๆ กับการใช้ชีวิตนอกจอ อะไร ๆ ก็ดราม่า อาจเป็นประโยคที่หลายคนคิดอยู่ในใจ เพราะไม่ว่าจะเรื่องไหน ๆ ก็ถูกหยิบมาขยายให้กลายเป็นเรื่องดราม่าผ่านทางหน้าจอได้ง่าย ๆ

ดราม่าคืออะไร?

ดราม่าเป็นคำที่ใช้ทับศัพท์ภาษาอังกฤษ Drama ซึ่งพจนานุกรมอังกฤษ-ไทย อ.สอ เสถบุตร แปลว่า **บทละคร, เรื่องราวอันน่าทึ่ง, ลักษณะที่ก่อความทึ่งด้วยความกะทันหัน**

ส่วนในวิกิพีเดียให้ความหมาย ดราม่า ว่าหมายถึง **นาฏกรรม งานวรรณศิลป์ประเภทหนึ่ง ละคร ในลักษณะของเมโลดราม่าที่เนื้อหามักจะเกินความเป็นจริง ส่วนความหมายของคำสแลง หมายถึง เรื่องราวข่าวลือ เรื่องโกหก เรื่องที่กล่าวเกินจริง หรือเรื่องราวระหว่างบุคคลที่มีการแสดงที่ท่าเกินจริง ซึ่งคำสแลงในภาษาไทยปัจจุบัน ยังอาจหมายถึง เรื่องราวความขัดแย้ง หรือการทะเลาะเบาะแว้งกันของบุคคลสองฝ่าย อีกด้วย**

สำหรับประเทศไทยหากย้อนกลับไปสัก 10-12 ปี เรื่องราว

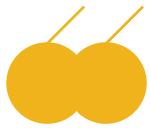
ดราม่าในโลกอินเทอร์เน็ต มักเกิดจากกระทู้ในหน้าเว็บบอร์ดดั่ง ๆ ที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้งานเข้าไปแสดงความคิดเห็นได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งเว็บบอร์ดเหล่านี้มีบรรดานักท่องอินเทอร์เน็ตฝังตัวอยู่จำนวนมาก แต่ **“ดราม่าหน้าจอ”** ในปัจจุบัน พบเจอได้จากทุกแพลตฟอร์มออนไลน์ และบางครั้งเรื่องดราม่าก็เกิดขึ้นข้ามแพลตฟอร์ม เหตุที่คำว่าดราม่า ซึ่งแปลว่าบทละคร ถูกใช้เป็นคำสแลง อาจเพราะเรื่องดราม่ามีความใกล้เคียงกับละคร ที่มักมีตัวบุคคล และมีการแบ่งฝ่าย หลายครั้งดราม่าก็ซับซ้อนและเร้าอารมณ์มากขึ้น เพราะระหว่างทางมีตัวละครใหม่เข้ามา หรือมีเรื่องราวหักมุมอย่างคาดไม่ถึง เช่นเดียวกับพล็อตละคร และนั่นทำให้ดราม่ากลายเป็นกระแสที่คนจำนวนมากให้ความสนใจ



ดร.สุววุฒิ วงศ์ทางสวัสดิ์

ในทางจิตวิทยา ดร.สุววุฒิ วงศ์ทางสวัสดิ์ นักจิตวิทยา การปรึกษา ให้ความเห็นว่า ธรรมชาติของมนุษย์สนใจสิ่งที่เกิดขึ้น รอบตัวอยู่แล้ว ในอดีตอาจเป็นแค่ซุบซิบนินทาหรือมุงดู แต่ ปัจจุบันสื่อเข้ามามีบทบาทในชีวิต การติดตามเรื่องราวต่าง ๆ จึงทำผ่านสื่อ แต่วัตถุประสงค์ของการเสพดราม่าของแต่ละคน แตกต่างกันไป บางคนเพียงแคร์รับรู้ไม่ให้อหุลดกระแสสังคม บางคนสนุก แต่บางคนกระโจนเข้าร่วมวงดราม่าด้วยการเข้าไป แสดงความเห็น

“บางทีการเสพดราม่าก็อาจเป็นการตอบสนองความพอใจ ของตัวเอง บ้างก็เสพเพื่อความสนุก เพื่อได้เสพเรื่องราวที่มี อารมณ์เข้มข้น เพื่อให้ตัวเองรู้สึกที่ไม่ตกขาวหรือใช้ดราม่าเป็น ประเด็นสำหรับการพูดคุยเข้าสังคม บางรายอาจเข้าไปแสดง ความคิดเห็นจนเกิดดราม่าซ้อนดราม่า ตกเถียงกันจนกว่าจะมี ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งยอมแพ้ โดยคนจะเลิกเสพดราม่าได้เมื่อเบื่อเรื่องราว นั้นแล้ว เมื่อมีเรื่องราวใหม่ ๆ ที่น่าสนใจมากกว่าเกิดขึ้น หรือมี สิ่งสำคัญที่ต้องทำก็หันไปทำเรื่องนั้นแทน ซึ่งแต่ละคนให้ความสำคัญแต่ละเรื่องต่างกัน จึงทำให้การรับรู้และการมีปฏิริยากับ เรื่องดราม่าไม่เท่ากัน บางคนจึงแคร์รับรู้แต่ไม่ใส่ใจ เพราะมีเรื่องอื่น ที่ให้ความสำคัญมากกว่า แต่บางคนต้องติดตามหรือเข้าไป ร่วมด้วย”



การรับรู้ดราม่าไม่ผิด แต่รับรู้แล้ว
อย่ากระโจนเข้าไป หรือให้ดราม่ามา
กัดกินเราจนชีวิตเสียสมดุล



กับดักดราม่าพาติดจอ

งานวิจัยของ Open University's Applied Linguistics and Literacies (ALL) ซึ่งทำการสำรวจผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก กว่า 100 รายด้วยการสัมภาษณ์ พบว่ามีผู้ใช้เฟซบุ๊กจำนวนมาก ที่ รู้สึกไม่พอใจกับการโพสต์มูมมองทางการเมือง หรือความเห็น ที่สุดโต่งบางเรื่อง รวมถึงการโพสต์ต่อวลูกหรือเรื่องราวของ ตนเอง แต่พวกเขาก็จะไม่ Unfriend บุคคลเหล่านี้ กลับเลือก ที่จะเฝ้าดู และบางครั้งก็พอใจที่ได้วิพากษ์วิจารณ์ คล้าย พฤติกรรมที่เรียกว่า Hate-watching คือ การติดตามชมรายการ โทรทัศน์ที่ไม่ชอบ เพื่อนำมาวิจารณ์ล้อเลียนอย่างสนุกสนาน บางทีที่เราเสียเวลาอยู่หน้าจอนาน ๆ เหตุผลที่แท้จริงอาจเป็น เพราะเราชอบเสพดราม่าก็เป็นได้



Hate-watching หมายถึง การติดตามชม รายการโทรทัศน์ที่ไม่ชอบเพื่อเก็บมาวิพากษ์ วิจารณ์อย่างสนุกสนาน หรือยืมเกลียด ยืมดู คำนี้ เป็นที่แพร่หลายเพราะซีรีส์เกี่ยวกับละครเพลง บรอดเวย์ของสตีเวน สปีลเบิร์ก ที่เปิดตัวทางสถานี NBC ของสหรัฐอเมริกาอย่างยิ่งใหญ่ในปี 2012 แม้จะได้รับเสียงตอบรับอย่างดีในช่วงแรก แต่หลัง ออกอากาศได้ระยะหนึ่งกลับสร้างความผิดหวัง ให้กับผู้ชม จึงต้องหยุดสร้างไว้เพียงซีซั่น 2 เท่านั้น ที่มา: สถาบันภาษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ดราม่าก็มีดี

ดราม่าก็เชื่อว่าจะมีแต่ผลเสีย ซึ่งหากการนิเทศในอดีตเทียบเคียงได้กับการปั่นกระแสดราม่ายุคปัจจุบัน หนังสือ 500 ล้านปี ของความรัก เล่ม 2 เขียนโดย นพ.ชัชพล เกียรติขจรธาดา ได้เขียนถึงข้อสังเกตของนักมานุษยวิทยาถึงการนิเทศในสังคมคนล่าสัตว์ในอดีตว่า การนิเทศมีหน้าที่สำคัญมากสำหรับสังคมล่าสัตว์หาของป่า ในสังคมที่ไม่มีหนังสือพิมพ์ ไม่มีเว็บบอร์ด หรือนิตยสารแนวปาปารัชชี การนิเทศจึงเป็นช่องทางสำหรับการส่งข้อความระหว่างกันอย่างมีประสิทธิภาพ (กระจายเร็ว) นอกจากนี้การนิเทศยังช่วยควบคุมความประพฤติของคนในสังคมได้ดีมากในยุคที่ไม่มีตำรวจ หรือกฎหมาย เพราะการถูกขูขบขืนนิเทศหรือพูดจาล้อเลียนให้เสียชื่อเสียงจากคนในสังคมที่อยู่ในเผ่าเดียวกัน

และไม่สามารถย้ายไปไหนได้ เป็นเรื่องที่เจ็บปวด “...จึงพอจะพูดได้ว่า การนิเทศจึงเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่คนรู้สึกกลัวที่จะทำสิ่งที่ไม่ถูกต้อง...”

สอดคล้องกับมุมมองของ ดร.สุววุฒิ ที่ระบุว่า เรื่องดราม่าในโลกออนไลน์บางเรื่องก็ช่วยเผื่อระวังสังคมให้มีการตรวจสอบพฤติกรรมหรือการทำหน้าที่ของคนในสังคมให้เหมาะสม ขณะเดียวกันคนในสังคมก็จะระมัดระวังการทำเรื่องไม่ดี เพราะกลัวว่าทัวร์จะลง (โดนรุมต่า) หรือตัวเองจะกลายเป็นคนในดราม่าเสียเอง นอกจากนี้การรับรู้เรื่องดราม่าก็ยังช่วยให้รู้ว่าตอนนี้สังคมกำลังเดินไปในทิศทางไหน เป็นประโยชน์ต่อการปรับตัวอยู่ในสังคมที่กำลังอาศัยอยู่ด้วย

โพสต์พาดสร้างสังคมหรือ

“สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือ คือ หากเราคุ่นเคยกับการตัดสินหรือวิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่นด้วยความโกรธ เกลียดชัง และเกรี้ยวกราดเป็นประจำ สิ่งนี้จะค่อย ๆ เปลี่ยนบุคลิกภาพและอารมณ์ของเราให้ค่อย ๆ กลายเป็นคนที่ก้าวร้าวและหยาบขึ้น หากมีคนที่เป็นแบบนี้จำนวนมาก สังคมจะกลายเป็นสังคมที่พร้อมจะปะทะ เกลียดชัง จ้องจับผิดกัน การใช้สื่อก็จะถูกนำมาใช้เพื่อตอบสนองอารมณ์ของตนเอง โดยเฉพาะโซเชียลมีเดียที่มีพื้นที่ให้วิจารณ์กันได้รวดเร็ว จนบางครั้งลืมนึกถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับคนอื่น แม้จะบอกว่าเป็นสิทธิ ไม่ชอบก็เลื่อนผ่านไป แต่ก่อนจะเลื่อนผ่านไปข้อความเหล่านั้นก็ได้สร้างตะกอนบางอย่างให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้คนที่ได้พบเห็น บางคนเห็นแล้วปล่อยผ่านไป แต่บางคนอ่านแล้วรู้สึกว่าจะทำอะไรสักอย่าง ซึ่งการตอบคอมเมนต์จะเถียงกันไปมา เมื่อไม่ได้เปิดใจรับฟังกัน จึงไม่ได้คิดถึงมุมมองของผู้อื่น การปะทะก็จะยังคงดำรงอยู่ เสรีจสงครามนี้ก็มีสงครามอื่นให้ไปถกเถียงกันต่อไปเรื่อย ๆ จนกลายเป็นสังคมแบ่งข้างไม่เข้าใจกัน”



สังคมไม่อุดมดราม่า

ดร.สุววุฒิ บอกด้วยว่า สิ่งที่ต้องระวังคือ ความเชื่อ เชื่อว่าสิ่งที่เรารับรู้ถูกต้องครบถ้วนแล้ว เพราะยังอาจมีแง่มุมอื่นที่เรายังไม่รู้ ดังนั้น หากจะกระโดดเข้าร่วมวิพากษ์วิจารณ์ในดราม่าใด ๆ ควรแสดงความเห็นอยู่บนข้อเท็จจริง ถ่อมตน ไม่แข็งกร้าว เปิดช่องสำหรับความเป็นมนุษย์ที่เราอาจมีมุมมองที่ยังไม่ถูกต้องครบถ้วนก็ได้ พร้อมเปิดรับข้อมูลอื่น ๆ หรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อหากมีข้อมูลชุดใหม่มาหักล้าง เมื่อเราเปิดพื้นที่รับฟังผู้อื่น ก็เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำมาสู่การตกผลึกความคิด บางเรื่องไม่จำเป็นต้องมีคนผิดหรือถูก เพียงแค่รู้ว่าข้อมูลที่ยึดมาพูดคุยกัน จากเรื่องดราม่าก็จะกลายเป็นการพูดคุยกันด้วยปัญญา เราจะสามารถเปลี่ยนสังคมแบ่งข้างให้เป็นสังคมอุดมปัญญาได้ในที่สุด เพราะในโลกโซเชียลมีเดียผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่พร้อมให้ความรู้ และแง่มุมที่หลากหลายอยู่มากมาย

สัญญาณติดดราม่า

- เวลาในการทำกิจกรรมอื่นหายไป เพราะใช้เวลากับการติดตามดราม่า
- หลับเสพรื่องดราม่าแม้วางมือถึงลงแล้ว ยังคิดวนเวียนไม่เลิก
- หมกหมุ่นกับการติดตามอ่านคอมเมนต์หรือหาทางโต้ตอบ
- อารมณ์ขุ่นมัว เกรี้ยวกราดกับคนใกล้ตัว เมื่อถกเถียงประเด็นนั้น ๆ

ข้อมูล: Misha Ketchell.(2017).The real reason you can't quit Facebook? Maybe it's because you can judge your friends. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2564, จาก <https://theconversation.com/the-real-reason-you-cant-quit-facebook-maybe-its-because-you-can-judge-your-friends-80851>

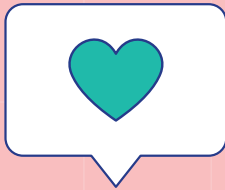
นพ.ชัชพล เกียรติขจรธาดา, 500 ล้านปีของความรัก เล่ม 2, พิมพ์ครั้งแรก, (กรุงเทพฯ: อมรินทร์, 2557), 173-179.



ชีวิตดี

8 วิธีก้าวพ้นดราม่า

ที่มา: ดร.สุววุฒิ วงศ์ทางสวัสดิ์ นักจิตวิทยาการปรึกษา



เอาใจเขามาใส่ใจเรา
มองในมุมมองผู้อื่นก่อนโพสต์



แลกเปลี่ยนด้วยข้อเท็จจริง
และความรู้ ไม่ใช่อารมณ์



แสดงความคิดเห็นอย่างถ่อมตน
ไม่ใช่ถ้อยคำหรือท่าทีเชิงกร้าว
ทักทายแสดงความเห็น



ตั้งกำแพงปิดกั้นการแสดงผล
เรื่องนั้น หากรู้สึกรบกวนชีวิต



เปิดช่องรับความเห็นต่าง
และข้อมูลใหม่



เลือกสนใจเฉพาะเรื่องราว
ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ
ชีวิตของตนเอง



ไม่ตำหนิหรือพาดพิงผู้อื่น
เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดดราม่า
ลูกลาม หรือเกิดการแบ่งข้าง



ลดการใช้มือถือลง
หรือ Social Detox
(การนำบำบัดอาการใช้โซเชียลมีเดียมากเกินไป)

Social Detox แล้วดีอย่างไร?

ที่มา: กรมสุขภาพจิต



ลดดราม่า ลดเครียด



มีเวลาให้ตัวเอง มีเวลาให้คนรอบข้าง



ปลูกความคิดสร้างสรรค์



มีสมาธิมากขึ้น
เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน



นอนหลับได้อย่างเต็มอิ่ม



สุขภาพใจ สุขภาพกายดีขึ้น



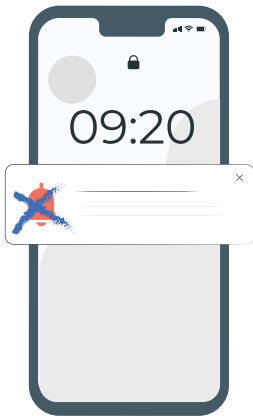
Say No ความสำเร็จ ด้วย Social Detox

เราติดหน้าจอมากเกินไปหรือเปล่า? ยิ่งในยุคออนไลน์ที่กิจกรรมต่าง ๆ รวมอยู่ที่หน้าจอ โดยเฉพาะการเล่นโซเชียลมีเดีย ซึ่งรายงานสถิติ Thailand Digital Stat 2021 จาก We Are Social รายงานว่าคนไทยใช้เวลาเฉลี่ยถึง 2 ชั่วโมง 48 นาที กับโซเชียลมีเดีย ในแต่ละวันจึงมีข้อมูลข่าวสารผ่านตาเป็นจำนวนมาก รวมถึงเรื่องราวความสำเร็จที่กำลังเป็นกระแส จนอาจกระทบกับชีวิต คอลัมน์เป็นต่อฉบับนี้จึงอยากชวนทุกคนเว้นระยะห่างกับหน้าจอ พักความเครียดที่ทำให้เกิด ความเครียดสะสมไม่รู้จักด้วย Social Detox



Social Detox คือ?

การกำหนดตนเองให้อยู่ห่างจากการใช้งานโซเชียลมีเดีย รวมถึงการพึ่งพาเทคโนโลยีในชีวิตประจำวันในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ระยะหนึ่ง เพื่อพักผ่อนฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ



ปิดการแจ้งเตือน

บ่อยครั้งที่เมื่อมีเสียงการแจ้งเตือนแอปพลิเคชัน หรือหน้าจอสว่างวาบเพียงแวบเดียวก็ดึงสมาธิ จากสิ่งที่ทำอยู่ให้ไปโฟกัสกับหน้าจอ แม้จะเป็น การเข้าไปตอบแชตในระยะเวลาสั้น ๆ แต่ก็อดใจไม่ได้ ที่จะไปจ้องซึ่งกว่าจะรู้ตัวก็เสียเวลาไปพักใหญ่ การปิดการแจ้งเตือน Notifications เป็นทางเลือก ที่จะทำให้ไม่เสียสมาธิ และหากเลือกช่วงเวลาปิดการ เชื่อมต่อสื่อสารจะช่วยลดการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น อย่างไม่จำเป็นได้มากขึ้น



กำหนดช่วงเวลา "เลิก" เล่น

จู้ ๆ จะให้หันหลังหนีโซเชียลเลยคงเป็นวิธีการที่หัดดับ ไปหน่อย และอาจจะทำไม่ได้นาน อย่าเพิ่งคร่ำครึเครียดขนาดนั้น ค่อย ๆ เริ่มจากการกำหนดเวลาสั้น ๆ ที่ห่างจากจอ เช่น ระหว่างรับประทานอาหาร ระหว่างออกกำลังกาย เมื่อทำได้ดีขึ้นอาจกำหนด ช่วงเวลา เช่น ในวันธรรมดาจะเลิกเล่นโซเชียลมีเดีย หลัง 2 ทุ่ม เพื่อพักการรับรู้ข่าวสารและพักผ่อน หนักวันนั้นทั้งวันต้องอยู่กับความสำเร็จที่เกิดขึ้น

สนุกกับกิจกรรมออฟไลน์

ปิดฝุ่นสิ่งที่ยากทำเป็นวิธีการเบี่ยงเบนความสนใจ จากหน้าจอได้ดี โดยเฉพาะหลาย ๆ คนที่อยากมีเวลา ให้กับกิจกรรมที่ชอบ งานอดิเรกที่ไม่ได้จับมานาน รวมถึงกิจกรรมไลฟ์สไตล์ในชีวิต อาทิ อ่านหนังสือ ทำความสะอาดบ้าน เดินเล่นในสวนสาธารณะ ปลูกต้นไม้ ลองเริ่มนับหนึ่งในวันหยุดที่ใกล้จะถึง อีกครั้ง นอกจากความเพลิดเพลินจนลืมจอช่วย ชาร์จแบตเตอรี่หัวใจให้พร้อมลุยงานต่อได้อีกด้วย



หาเพื่อนร่วมโปรแกรมดีทีอกซ์

ไปด้วยกันอาจไปได้ไกลกว่า หากอยากเริ่มมีขิ้น การดีทีอกซ์อย่างจริงจัง ลองชวนเพื่อน คนรัก หรือคนในครอบครัวมาปรับตัวไปด้วยกัน โดยการ วางเป้าหมายร่วมกันง่าย ๆ อาทิ ระหว่างที่ทำ กิจกรรมต่าง ๆ ด้วยกันจะไม่หยิบมือถือขึ้นมา เพื่อได้ใช้เวลาและสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมากขึ้น รวมถึงเป็นกำลังใจให้โปรแกรมดีทีอกซ์ที่วางไว้ ประสบความสำเร็จ



ที่มา: กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

กำจัดพฤติกรรมเสี่ยงติดมือถือ

กิจกรรมท้ายเล่มฉบับนี้ชวนคุณมาช่วย “คุณเท่ากัน” กำจัดพฤติกรรมเสี่ยงที่จะนำไปสู่การเสพติดมือถือ ซึ่งหากใช้งานมือถือหรือสื่อออนไลน์อย่างพอดี โอกาสที่จะเดินหลงเข้าไปติดอยู่ในกระแสรามาก็ย่อมลดน้อยลงด้วยเช่นกัน

กำหนดห้วงนอน
เป็นเขตปลอดมือถือ

กังวลใจ
เมื่อมือถือ
ไม่อยู่กับตัว

ตั้งเวลาใช้งาน
มือถือ

เช็กข่าวสาร
ในมือถือบ่อย

จัดเวลา
ทำกิจกรรมอื่น

เล่นมือถือ
ก่อนนอน

เมื่อ
ได้ยินเสียง
เตือนจากมือถือ
จะวางวางทันที



SCAN ME

คุณผู้อ่านสามารถสแกน QR Code
เข้ามาแลกเปลี่ยนและให้ข้อเสนอแนะ
กับเราได้นะคะ

เฉลยฉบับที่แล้ว 5 ข้อที่ควรปฏิบัติ ในการตั้งพาสเวิร์ด

✓ ใช้ตัวเลขหรืออักษรตั้งพาสเวิร์ดเพิ่มความซับซ้อน	✓ เปลี่ยนพาสเวิร์ดเมื่อได้รับแจ้งว่ามีข้อมูลรั่ว	ตั้งพาสเวิร์ดเป็นชื่อภาษาไทยโดยใช้เป็นภาษาอังกฤษ
ตั้งพาสเวิร์ดด้วยชื่อวันเกิด หรือเบอร์โทร	✓ ตั้งพาสเวิร์ดให้มีความยาวมากกว่า 8 ตัวอักษร	บอกพาสเวิร์ดให้คนอื่นรู้กับลับ
✓ ตั้งพาสเวิร์ดไม่ซ้ำทุกบริการที่ใช้	ตั้งพาสเวิร์ดด้วยแป้นตัวอักษรหรือตัวเลขเรียงกัน	✓ เปิดใช้งานล็อกอินการยืนยันตัวตนหลายชั้น



บางกอกซีริ BANGKOK ZERO

ระเบิดทั่วกรุง แชนแท็กปริศนา ใครคือผู้ร้ายตัวจริง
ข่าวโหลมปลอม และข่าวโหลมจริง?



ภาพยนตร์ชุด “บางกอกซีริ” จะพาไปตามหาคนก่อเหตุระเบิดทั่วกรุงของเช้าวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2564 กรุงเทพฯทั้งเมืองต้องตกอยู่ในความตื่นกลัว โลกโซเชียลต่างถามถึงแฮชแท็กปริศนา #5กันยาระเบิดทั่วกรุง ว่าเกี่ยวข้องกับการะเบิดครั้งนี้หรือไม่ กลุ่มนักศึกษาเจ้าของแฮชแท็กสามคน กลับถูกมือดีจัดฉากให้กลายเป็นผู้ร้ายวางระเบิด ทั้งสามจึงต้องหาวิธีการต่อสู้เพื่อความบริสุทธิ์ และไขปริศนาว่าใครคือผู้ร้ายตัวจริงกันแน่

แล้วกรุงเทพฯ ที่คุณรู้จักจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป!

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สนับสนุนในการผลิตภาพยนตร์ชุด “บางกอก ซีริ” ดำเนินการผลิตโดย บริษัท เมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สะท้อนปัญหาผู้แสพสื่อโซเชียลที่มักติดกับดักข่าวปลอมได้อย่างง่ายดาย เพียงเพราะแฮชแท็กที่ติดคนรด ข่าวปลอมมีผลร้ายอย่างคาดไม่ถึง

ชมซีรีส์ “บางกอก ซีริ”

ได้ทุกวันศุกร์ เวลา 23.15 น. ทางพีพีทีวี เอชดี ช่อง36 รวมถึงเว็บไซต์ PPTVHD36 และดูฟรีบนแอปพลิเคชัน iQiyi และเว็บไซต์ iQ.com และสามารถติดตามข่าวสารได้ที่ Facebook: Bangkok Zero บางกอก ซีริ



กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

เลขที่ 388 อาคาร เอส.พี. (ไอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0 2273 0116-8 โทรสาร 0 2273 0119 อีเมล: contact@thaimediafund.or.th เว็บไซต์: www.thaimediafund.or.th

