

THAI
MEDIA
newsletter

FUND

VOL. 02 | February 2023

**YOUR
MEDIA,
YOUR
OWNED
MEDIA**



จดหมายข่าวสื่อออนไลน์และสร้างสรรค์

Extra

Your Media, Your owned Media
'สื่อสารมวลชน' - 'มวลชนสื่อสาร'

Decode

เรื่องน่ารู้: ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับ
รายการสำหรับเด็กในทีวีดิจิทัล

Spotlight

พลังสื่อเปลี่ยนสังคม
สร้างโลกเพื่อทุกคน

CON- TENTS

VOL. 02 FEB 2023



01

TMF Talk

02

Announce

03

Knowledge

หลอกทำงานออนไลน์
นกดต่อลงเงิน ต้องรับโทษ

04

Extra

YOUR MEDIA,
YOUR OWNED MEDIA
'สื่อสารมวลชน' - 'มวลชนสื่อสาร'

08

Decode

เรื่องน่ารู้: ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
กับรายการสำหรับเด็กในทีวีดิจิทัล

10

Spotlight

พลังสื่อเปลี่ยนสังคม
สร้างโลกเพื่อทุกคน

16

Fun Fund

CHECKLIST 5 ข้อ
คนทำสื่อเพื่อเด็กต้องรู้

EDITOR'S

TALK



ดร.สุนทร ศรีสุขใส
ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ในยุคที่ทุกคนต่างเป็นผู้รับสื่อและเป็นเจ้าของสื่อผ่านโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่าง ๆ การส่งเสริมให้ทุกคนรู้เท่าทันสื่อ และตระหนักถึงผลดีและผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการใช้สื่อ จึงเป็นเรื่องที่กองทุนพัฒนาสื่อฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะสื่อมีอิทธิพลในการขึ้นาค่านิยมของสังคม หากพื้นที่สื่อที่ทุกคนใช้งานเป็นพื้นที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ สังคมของเราก็ย่อมจะเป็นสังคมที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์เช่นกัน

คณะผู้จัดทำจดหมายข่าวสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

บรรณาธิการบริหาร

นายอนกร ศรีสุขใส
ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
กองบรรณาธิการ

นางสาวพัชรพร พงษ์ทัดศิริกุล
นางสาวธัญญลักษณ์ ทองสวัสดิ์
นางสาวจิตติ วิสัยพรม
นางสาวชนิตาภา เจริญสุข
นายเชาว์ปวิธ เวชทวี
นายณัฐพล ศุภสิทธิ์
นางสาวบุษกร ธนโชติวรพงศ์
นายศพิชญ์วัฒน์ ตันตติชัย

นางสาวมนัญญา ทิพาคณเคนศ
นางสาวศศิตาณณ์ ลอยเลิศ
นางสาวแก้วใจ จิระวงศ์อร่าม
นางสาววรรณภา ฤทธิรักษา
ฝ่ายศิลป์
นางสาวญาณชาติ นารถไทยวัฒนา
นางสาวจาวรพรรณ ศกุลโสภณเมธี
ถ่ายภาพ
นายประสิทธิ์ เอนกอนันตพันธ์
พิสูจน์อักษร
นางสาวน้ำทิพย์ ลิ้มวรรณ

สำนักข่าว

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เลขที่ 388 อาคาร เอส.พี. (ไอบีเอ็ม)
อาคารเอ ชั้น 6
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0 2273 0116-9
โทรสาร 0 2273 0120
อีเมล: contact@thaimediafund.or.th
เว็บไซต์: www.thaimediafund.or.th

14.02.2023

คิดอะไร...ก็ธรรม

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (THAI MEDIA FUND) ประกาศผลรางวัลโครงการประกวดสื่อสร้างสรรค์ส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม ภายใต้หัวข้อ “คิดอะไร...ก็ธรรม” โดยมี ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ให้เกียรติมอบรางวัลรางวัลชนะเลิศ ได้แก่ ผลงาน “ธรรมให้เด็กมันดู” ชื่อทีม Molly House จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ได้แก่ ผลงาน ความฝันของเจ้าชาย 王子様の夢 ชื่อทีม N.M.T.ENTERTAINMENT จากโรงเรียน นวมินทราชูทิศ ทักษิณ รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 ได้แก่ ผลงาน คน ธรรม นิ่ง ชื่อทีม Tumlung Film จากประชาชนทั่วไป รางวัลชมเชย จำนวน 2 รางวัล ได้แก่ ผลงาน ประจามเขาเท่ากับจุดไฟเผาตัวเอง ชื่อทีม กินดีที่ได้รู้จัก จากประชาชนทั่วไป และ ผลงาน แค่ kid...คิด ชื่อทีม MOV.Next จากโรงเรียน อัสสัมชัญธนบุรี



07.03.2023

แถลงข่าว งานมหกรรม สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

นายอิทธิพล คุณปลื้ม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม รองประธานกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นประธานในการแถลงข่าว “งานมหกรรมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กองทุนฯ ครบรอบ 8 ปี” ใน Theme Infinite X Inspiration สร้างแรงบันดาลใจ ไม่มีที่สิ้นสุด (Fill Fun Fund) ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 24-26 มีนาคม 2566 เวลา 12.00-20.00 น. ณ บริเวณลิโด้ คอนเน็คท์ ชั้น 1 โดยภายในงานมหกรรมดังกล่าว มีนิทรรศการแสดงผลงาน เวทีที่รวบรวมผลงาน ความคิดสร้างสรรค์ หลากหลายมิติ พบกับศิลปิน มีชื่อเสียง กิจกรรม การแสดง ชมเฟลิดเฟลินตลอดงานทั้ง 3 วัน



06.02.2023

THAI MEDIA HACKATHON 2023

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ Entrepreneur Advisory Center (EAC) เปิดตัวโครงการพัฒนาผู้ประกอบการสื่อรายใหม่ “Thai Media Fund Hackathon 2023” เปิดรับสมัครผู้มีแนวคิดผลิตสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งเงินลงทุนกว่า 1,000,000 บาท เพื่อสร้างคนสร้างโอกาส และพัฒนาสตาร์ทอัพด้านอุตสาหกรรมสื่อ มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมสื่อ ให้เป็นผู้ผลิตที่มีคุณภาพ มีความสร้างสรรค์ รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งผู้ผ่านการคัดเลือกจะได้รับเงินลงทุนจากการระดมทุนของบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ

01.03.2023

สานศาสตร์

โครงการงานถ่ายทอดองค์ความรู้จากศิลปินต้นแบบสู่ผู้ผลิตหน้าใหม่ หรือ “สานศาสตร์” มอบรางวัลให้แก่ผู้ชนะการประกวด 2 ศาสตร์การเรียนรู้ พร้อมมอบประกาศนียบัตรแก่ผู้ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดย ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และจัดให้มีการเสวนาต่อยอด “สานศาสตร์คนชั้นครู เล่าสู่กันฟัง” โดยผู้ทรงคุณวุฒิศาสตร์แขนงต่าง ๆ



หลอกทำงานออนไลน์

นักต่อลงเงิน ต้องรับโทษ

แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับสร้างรายได้ แต่เราทุกคน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม Gen Alpha ไปจนถึง Baby Boomer ควรตระหนักไว้เสมอว่ามีฉ้อโกงที่ใช้ช่องทางเดียวกันหารายได้ โดยอาศัยช่องว่างทางจิตใจเพื่อหาเหยื่อ ดังนั้น คนที่กำลังมองหารายได้ทางอินเทอร์เน็ตต้องระวังการสมัครงาน หรือการหารายได้ที่ไม่น่าไว้วางใจ เพราะหากตกหลุมพราง ไม่เพียงเราจะไม่ได้เงินกลับมา แต่จะต้องสูญเสียเงินที่มีอยู่ไปหลายเท่าตัว

งานแบบไหน โกงอย่างไร

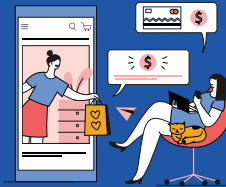
รูปแบบงานที่จ้างจริงและโกงจริงในปัจจุบันมีหลากหลายแนว เช่น งานการตลาดออนไลน์ราคาถูก งานจ้างดูโฆษณา YouTube งานฝีมือรับทำที่บ้าน ฯลฯ โดยมีลักษณะการโกงเริ่มจากช่วงแรกใช้การชักชวนให้ทำงานและโอนเงินอย่างตรงไปตรงมาเพื่อให้เหยื่อตายใจ จากนั้นจะเริ่มมีการเรียกเงินประกัน หรือวางมัดจำการทำงาน ชักชวนให้ร่วมลงทุน มีระบบการเลื่อนขั้น และเพิ่มเงินลงทุนให้สูงขึ้นเพื่อให้มีโอกาสรับงานและเงินมากขึ้น โดยให้เหยื่ออัดฉีดเงินเข้าสู่ระบบเพื่อรักษาเงินทุนไม่ให้สูญหาย หรือสร้างเงื่อนไขเพดานจำนวนที่ต้องโอนเข้าเพื่อถอนเงินออก แต่สุดท้ายไม่ว่าจะเพิ่มเข้าไปเท่าไรเหยื่อก็ไม่สามารถเบิกถอนเงินออกจากระบบได้

3 ขั้นตอนแจ้งความ เมื่อรู้ตัวว่าตกเป็นเหยื่อ

หากรู้ตัวว่าคุณกำลังตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ ควรแจ้งความให้เร็วที่สุดโดยเริ่มจากการตั้งสติทำตาม 3 ขั้นตอนด้านล่าง ทั้งนี้ ปัจจุบันสามารถแจ้งความออนไลน์ได้แล้วที่เว็บไซต์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (<https://www.thaipoliceonline.com>)

1. แคมหน้าจอทั้งหมดแล้วพิมพ์ออกมา พร้อมใส่คำบรรยายกำกับอธิบายภาพที่แคปช
2. แจ้งตำรวจอายัดบัญชีโดยเร็วที่สุด โดยระบุการแจ้งเพื่อดำเนินคดีถึงที่สุด ไม่ใช่เพียงลงบันทึกประจำวัน
3. ติดต่อธนาคาร โดยมีเอกสารใบแจ้งความ คำสั่งอายัดบัญชี สมุดบัญชีต้นทาง สำเนาบัตรประชาชน และหลักฐานที่รวบรวมไว้ เพื่ออายัดบัญชีปลายทาง

5 อันดับคดีออนไลน์เสียหายสูง



หลอกลงซื้อขายสินค้า

จำนวน 74,752 คดี
มูลค่าความเสียหาย 997,514,481 บาท



หลอกให้โอนเงินเพื่อหารายได้จากการทำกิจกรรม

จำนวน 30,538 คดี
มูลค่าความเสียหาย 1,051,087,520 บาท



หลอกให้กู้เงินแต่ไม่ได้เงิน

จำนวน 20,525 คดี
มูลค่าความเสียหาย 3,569,521,632 บาท



แก๊งคอลเซ็นเตอร์

จำนวน 17,155 คดี
มูลค่าความเสียหาย 3,139,387,428 บาท



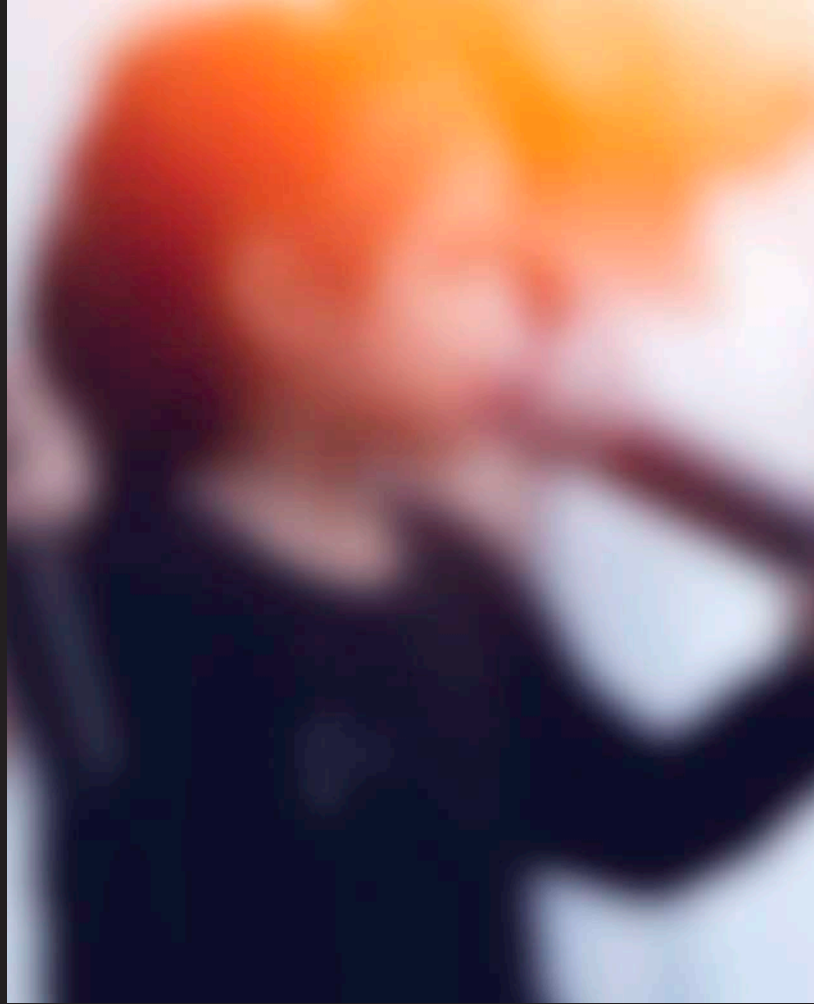
หลอกเป็นบุคคลอื่นเพื่อยืมเงิน

จำนวน 16,645 คดี
มูลค่าความเสียหาย 7,741,708,984 บาท

ที่มา: เอกสารประกอบการแถลงข่าวสถิติการรับแจ้งความออนไลน์ในรอบสัปดาห์และภัยที่เกิดขึ้นใหม่ ณ วันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2566 โดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ข้อมูลสถิติระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2565 - 18 มีนาคม 2566 <https://pctpr.police.go.th/blog/?p=21>

YOUR MEDIA, YOUR OWNED MEDIA

‘สื่อสารมวลชน’ - ‘มวลชนสื่อสาร’



Extra



ในยุคหนึ่งของการผลิตสื่อ เราสามารถขีดเส้นแบ่งระหว่าง “ผู้ผลิต” กับ “ผู้รับสาร” ได้อย่างชัดเจน มีองค์กรและบริษัทผลิตสื่อโดยเฉพาะ เพื่อนำข่าวสารกระจายไปสู่สาธารณะผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยช่วงเวลานั้นการเผยแพร่สื่อยังเป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียว (One-way communication) เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ โฆษณากลางแจ้ง ปรกาศ เป็นต้น

กระทั่งการมาถึงของสื่อใหม่ (New Media) ตั้งแต่ยุคอินเทอร์เน็ตใน พ.ศ. 2530 จากจุดเริ่มต้นของการส่งอีเมลฉบับแรก เทคโนโลยีที่ค่อย ๆ พัฒนาขึ้นและเริ่มขยายการให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงการใช้บริการ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศได้ส่งผลให้การสื่อสารขยายตัวเป็นหลายช่องทาง และทำให้รูปแบบการสื่อสารเริ่มเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ผู้คนสามารถแสดงออก ได้ตอบกลับไปยังผู้ส่งสารได้ จนถึงวันนี้จากที่เคยอยู่ในปาก “ผู้รับสาร” ทุกคนต่างเป็น “ผู้ผลิต” และเป็นเจ้าของ “สื่อ” ด้วยตนเองด้วยการอัปโหลดข้อมูลขึ้นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เผยแพร่สู่สาธารณะได้เช่นกัน

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) ปรับเปลี่ยน

“สื่อ” ถูกออกแบบให้ตอบโจทย์และมุ่งพัฒนาให้เข้าถึงคนทุกกลุ่มมากขึ้น พร้อมกับการเติบโตของ UGC - User Generated Content หรือเนื้อหาของสื่อล้วนถูกสร้างขึ้นจากผู้บริโภคตัวจริงที่ใช้สินค้า หรือบริการหรือแบรนด์นั้น โดยไม่มีการว่าจ้าง ไม่ใช่อินฟลูเอนเซอร์ และไม่ได้รับผลประโยชน์จากแบรนด์หรือสินค้านั้น

ในโลกยุคปัจจุบันการเข้าถึงสื่อเป็นสิทธิของทุกคน ขณะเดียวกันทุกคนต่างก็เป็นเจ้าของสื่อ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สังคมวงกว้างได้เช่นกัน

MEDIA FOR ALL สื่อสารเพื่อมวลชน

สื่อสำหรับทุกคนหรือสื่อที่คำนึงถึงคนทุกคน แม้ฟังดูเป็นอุดมคติ แต่ก็เป็นไปได้สำหรับทุกวันนี้ เพราะเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและการสื่อสารที่รวดเร็วทำให้ผู้ผลิตได้รับการตอบกลับ (Feedback) อย่างตรงไปตรงมา และสามารถปรับการนำเสนอข้อมูลให้ตอบรับกระแสสังคมได้ทันที่

“ผู้ชม” มีบทบาทสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนเนื้อหาและสร้างขอบเขตการนำเสนอของสื่อ เช่น กรณีการนำเสนอฉากช่มชืดในละครระหว่างพระเอกนางเอก ที่ถูกวิพากษ์ว่าไม่เหมาะสมในสื่อสังคมออนไลน์ หรือเหตุการณ์ “ทำร้ายร่างกายแฟนสาว” ในชีวิตจริงของนักแสดงชายชื่อดังจากซีรีส์วาย ที่เมื่อเกิดกระแสต่อต้านในสังคม ทางนักแสดงได้ออกมาแสดงความรับผิดชอบด้วยการลาออกจากค่าย รวมถึงกระแสต่อต้านการนำเสนอข่าวที่ไม่ปกป้องความเป็นส่วนตัวของแหล่งข่าว การเผยแพร่ข่าวโดยไม่ปิดบังหน้าผู้เสียชีวิต จนคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ต้องออกหนังสือแจ้งเตือนให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ



กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับระวางการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน เป็นเรื่องที่ต้องทบทวนจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อมวลชนในวงกว้าง

นอกจากขอบเขตการนำเสนอ ในปัจจุบันสิทธิการเข้าถึงสื่อเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคนที่จะต้องได้รับ และเข้าถึงข้อมูลได้อย่างครบถ้วน หน่วยงานภาครัฐอย่าง กสทช. ซึ่งกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้กำหนดให้ช่องทางดิจิทัลที่ต่าง ๆ ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ ต้องเพิ่มการเข้าถึงและทางเลือกให้กับกลุ่มผู้พิการทางสายตาหรือการได้ยิน เพื่อส่งเสริมการคุ้มครองสิทธิของชนพิการในการเข้าถึงโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เช่นเดียวกับกองทุนพัฒนาสื่อฯ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สื่อเพื่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ให้เป็นทางเลือกและเพิ่มการเข้าถึงสื่อให้กลุ่มต่างๆ ผ่านการสนับสนุนทุนให้กับผู้ผลิตสื่อที่มีความเชี่ยวชาญสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะด้วยเช่นกัน



ทีวีดิจิทัล ต้องมี



คำภาษามือ (SL-Sign Language)

อย่างน้อยร้อยละ 5 ของสัดส่วนรายการ ข่าวสาร สารบันเทิง รวมเฉลี่ยต้องไม่น้อยกว่า 60 นาที/วัน



คำบรรยายแทนเสียง (CC-Closed Caption)

ตัวอักษรวิ่งด้านล่างจอขณะรายการดำเนินอยู่ สามารถเปิด-ปิดได้ โดยบรรยายบทสนทนา และบริบทรอบข้าง อย่างน้อยร้อยละ 40 ของสัดส่วนรายการ ข่าวสาร สารบันเทิง รวมเฉลี่ยต้องไม่น้อยกว่า 180 นาที/วัน

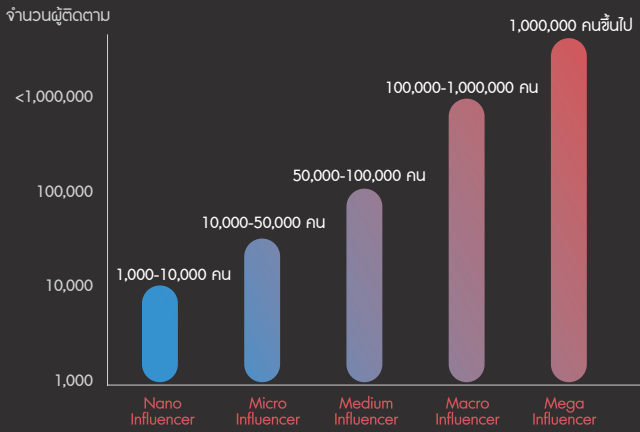


เสียงบรรยายภาพ (AD-Audio Description)

เสียงบรรยายรายละเอียดของภาพช่วงที่ไม่มีบทสนทนา เช่น การแสดงออกสีหน้า อย่างน้อยร้อยละ 5 ของสัดส่วนรายการ ข่าวสาร สารบันเทิง รวมเฉลี่ยต้องไม่น้อยกว่า 60 นาที/วัน

ช่องดิจิทัลทีวีใดไม่ปฏิบัติตาม มีโทษตาม พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 เว้นแต่มีข้อจำกัดทางเทคนิค ซึ่งเกิดจากความจุของโครงข่ายโทรทัศน์

5 ระดับอินฟลูเอนเซอร์แบ่งตามยอดผู้ติดตาม



Everyone is media ใคร ๆ ก็เป็นสื่อ

แค่มีมือถือเพียงหนึ่งเครื่องทุกคนก็สามารถผลิตสื่อเผยแพร่ด้วยตนเองได้แล้ว เพราะปัจจุบันหลายแพลตฟอร์มดิจิทัลพัฒนาให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารได้ง่ายขึ้น อิสระขึ้น ในราคาที่ย่อมเยาลง ผู้ใช้จึงลงสนามในฐานะสื่อและเป็นผู้กำหนดความรู้ด้วยตนเอง

ข้อเท็จจริงนี้ยืนยันด้วยข้อมูลเทรนด์การตลาด Influencer ที่ยังคงเป็นกระแสเทรนด์สำคัญในยุคนี้ โดยจากข้อมูลในปี 2022 บริษัท Telscore แพลตฟอร์มชั้นนำที่เชื่อมต่อระหว่างนักการตลาดและ Influencer ระบุว่า Telscore ประเทศไทยมี Influencer จำนวนกว่า 80,000 คน ซึ่งจำแนกได้เป็น 3 ระดับ คือ Micro, Medium และ Macro Influencer

เมื่อนามาประกอบกับรายงาน “ภูมิทัศน์สื่อไทย ปี 2565-2566” หรือ “Thailand Media Landscape 2022-2023” ที่จัดทำโดยบริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด ผู้ให้บริการด้าน Media Intelligence ซึ่งวิเคราะห์ว่าตลาด Influencer ของไทยอยู่ในระยะเริ่มต้น (Early Stage) เท่านั้นและยังเติบโตได้อีกมาก รวมทั้งตัวเลขการเติบโตของตัวเลขบัญชีผู้ใช้ TikTok แพลตฟอร์มสร้างคอนเทนต์ประเภทคลิปสั้นที่ได้รับความนิยมและมีกลุ่มผู้ใช้หลากหลายตั้งแต่ระดับเยาวชนจนถึงผู้สูงอายุและครอบคลุมถึงกลุ่มคนเปราะบางในไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด นี่จึงเป็นเครื่องการันตีว่าเรามีโอกาสได้เห็น Influencer หรือผู้สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหา (Content Creator) หน้าที่ใหม่ที่เป็นคนธรรมดาเพิ่มขึ้นอีกมากมายในอนาคต



สื่อเดิมสื่อใหม่ ผู้ผลิต&ผู้รับ ต้องระมัดระวัง

ปัจจุบันข้อมูลแหล่งข่าวทุกวันนี้มีที่มาและการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นผู้เผยแพร่หรือผู้ผลิต ไม่ว่าจะเป็นคนธรรมดาหรือสื่อมวลชนในองค์กรใหญ่ ต่างพึงตระหนักและระมัดระวังการใช้สื่อ เพราะมีโอกาส “พลาด” เป็นผู้รับ-ส่งข้อมูล Fake News หรือกลายเป็น “นักปั่นออนไลน์” จากการโพสต์ข้อความยั่วแยะ แบ่งข้างโดยไม่รู้ตัว เมื่อทุกคนเข้าถึงสื่อสิ่งที่จะต้องรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้วิจารณญาณและความรับผิดชอบก่อนนำเสนอและส่งต่อข้อมูลทุกครั้ง เพราะคุณอาจต้องรับผิดชอบต่อกฎหมายหากเผลอนำเข้าข้อมูลเท็จสู่ระบบหรือโพสต์ข้อความเข้าข่ายหมิ่นประมาทผู้ใด

ขณะที่ ร่าง พ.ร.บ. การคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ยังอยู่ระหว่างการพิจารณาให้คานาญามของคำว่า “สื่อมวลชน” มีความหมายกว้างขึ้น ครอบคลุมไปถึงบุคคลที่เป็นอินฟลูเอนเซอร์ด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่สังคมกำลังถกเถียงกันถึงมาตรฐานจริยธรรมของสื่อในกลุ่มนี้ ว่าควรอยู่บนแนวทางเดียวกันกับสื่อมวลชนวิชาชีพด้วยหรือไม่



สื่อปลอดภัยเริ่มต้นได้ที่มือเรา

แม้คุณจะไม่ใช่คนดังแต่การใช้สื่อของคุณมีอิทธิพลต่อใครสักคนเสมอ เพราะไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นคนในครอบครัว เพื่อนฝูง หรือคนแปลกหน้าที่แฝงตัวอยู่ตามเว็บบอร์ดหรือในสื่อสังคมออนไลน์ เครือข่ายของกลุ่มคนเหล่านั้นอาจนำสารของคุณไปกระจายหรือนำไปใช้งานต่อจนได้รับผลกระทบในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้น เราควรรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ตระหนักก่อนโพสต์ และส่งต่อ เพื่อเป็นการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และสร้างพื้นที่ปลอดภัยในสังคมร่วมกัน

อ้างอิง: ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2565-2566. (2566, 8 ธันวาคม). infoquest. สืบค้นจาก <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2023>
 สิทธิการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ ในยุคระบบดิจิทัลของคณาพิการ. (ไม่ระบุ). สำนักงานคณะกรรมการการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.). สืบค้นจาก <https://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2017-01-25-10-48-30> พ.ร.บ. ควบคุมสื่อ : เมื่อรัฐเตรียมกำหนดว่าใครเป็น “สื่อแท้-สื่อเทียม”. (2565, 8 กุมภาพันธ์), BBC News ไทย. สืบค้นจาก. <https://www.bbc.com/thai/articles/c4n6xgr0299o> “USER-GENERATED CONTENT”: ยุคสื่อของผู้ใช้. (2557, 13 สิงหาคม). Positioning Magazine. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/58244>



15 คน หัวใจแกร่ง 20 ปี ของการบันทึกชีวิต

“บทเรียนการสู้ชีวิตของเยาวชนเพื่อหลุดพ้นความยากจน”



ติดตามชมสารคดีชุด
“คนหัวใจแกร่ง”

สารคดีชุด “คนหัวใจแกร่ง”

โครงการผลิตสารคดีชุด “คนหัวใจแกร่ง” ของบริษัท ปาใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นสื่อสร้างสรรค์ที่ช่วยส่งเสริมและสร้างประโยชน์ให้แก่ภาคประชาชน เผยแพร่ทั้งช่องทาง YouTube: PayaiTV, Cable Channel 37HD และโครงข่ายเคเบิลทีวีทั่วประเทศ นำเสนอภาพการต่อสู้ฝ่าฟันและเพียรพยายามของเด็ก ๆ จากหลากหลายภูมิภาคทั่วประเทศ สะท้อนผ่านเรื่องราวในแต่ละช่วงเวลาที่ยาวนานกว่าสิบปี จนมาสู่ภาพชีวิตในปัจจุบันที่แต่ละคนได้เติบโตเป็นผู้ใหญ่และประสบความสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้เพื่อเป็นการถ่ายทอดการเรียนรู้จากประสบการณ์และสร้างแรงบันดาลใจแก่ทุกคน



หัวใจเราเท่ากัน

‘เรา’ กับ ‘เรา’ อาจไม่เท่ากันที่ร่างกาย



ติดตามชม สารคดีชุด
“หัวใจเราเท่ากัน”

สารคดีชุด “หัวใจเราเท่ากัน”

โครงการผลิตสารคดีคลิปวิดีโอสั้นที่เผยแพร่ทางสื่อโซเชียลมีเดียชุด “หัวใจเราเท่ากัน” ของบริษัท บุญมีฤทธิ์มีเดีย จำกัด ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ นำเสนอเรื่องราวของคนพิการในสังคม เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ความหลากหลาย รวมทั้งความต่างของมุมมองระหว่าง “เรา” และ “เขา” สนับสนุนให้เกิดความเท่าเทียมในสังคม เผยแพร่ทางเพจ Facebook “มนุษย์ต่างวัย” สารคดีชุดนี้สามารถรับชมโดยมีเสียงบรรยายภาพ [AD] สำหรับคนพิการทางสายตา และคำบรรยายแทนเสียง [CC] สำหรับคนพิการทางการได้ยิน



เรื่องน่ารู้: ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับรายการสำหรับเด็กในทีวีดิจิทัล

ความเหมาะสมของรายการ 6 ระดับ



รายการสำหรับเด็กปฐมวัย อายุ ๓ - ๕ ปี



รายการสำหรับเด็ก อายุ ๖ - ๑๒ ปี



รายการที่เหมาะสมสำหรับทุกวัย



รายการที่เหมาะสมกับผู้ชมที่มีอายุ ๑๓ ปีขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า ๑๓ ปี ควรได้รับคำแนะนำ



รายการที่เหมาะสมกับผู้ชมที่มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า ๑๕ ปี ควรได้รับคำแนะนำ



รายการเฉพาะ ไม่เหมาะสำหรับเด็กและเยาวชน



เวลารายการสำหรับเด็ก

กสทช. กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้คลื่นความถี่ต้องออกอากาศรายการสร้างสรรค์สังคม หรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน อย่างน้อยวันละ 60 นาที ช่วง 16.00-18.00 น. ของทุกวัน และ 07.00-09.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์

ที่มา: ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

6 ข้อค้นพบจากการสำรวจรายการสำหรับเด็ก ในผังรายการทีวีดิจิทัล มกราคม 2566

1 **ไม่พบรายการ**
ประเภท **ป และ ค**




ไม่พบการระบุระดับความเหมาะสม
ในประเภท **ป และ ค** ในทีวีดิจิทัลทั้ง 21 ช่องสถานี

2 **พบรายการเด็กเพียง**
1.5% ต่อสัปดาห์



พบรายการที่เข้าข่ายรายการสำหรับเด็ก **57 รายการ** เวลารวม **3,272 นาที/สัปดาห์** หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5 ของเวลาออกอากาศ
ทุกช่องสถานี/สัปดาห์ โดยพบว่าเป็นทั้งรายการระดับ **ท** และไม่ระบุระดับ
(นับรวมรายการที่ออกอากาศมากกว่า 1 ช่อง)

3 **TV บริการ**
สาธารณะ มีรายการเด็ก
46 รายการ



กลุ่มโทรทัศน์บริการสาธารณะ: 6 ช่อง มีรายการที่เข้าข่ายรายการ
สำหรับเด็ก จำนวน 46 รายการ พบในช่อง ALTV มากที่สุด คือ
32 รายการ รองลงมาเป็นช่องโทรทัศน์รัฐสภา พบ 7 รายการ ตามด้วย
ช่อง NBT พบ 4 รายการ

4 **TV บริการธุรกิจ** มีรายการเด็ก
11 รายการ

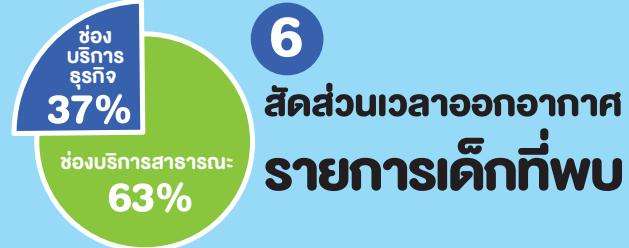


กลุ่มโทรทัศน์บริการธุรกิจ 15 ช่อง มีรายการที่เข้าข่ายรายการสำหรับเด็ก
เพียง 11 รายการ ในช่องทางไป Workpoint, True 4U, GMM25, MONO29,
MCOT, ONE31, ไทยรัฐทีวี 3HD และ 7HD แต่ละช่องมีประมาณ 1-2
รายการเท่านั้น

5 **6 ช่อง TV**
ไม่มีรายการเด็ก



ช่อง TNN24, JKN, Nation รวมถึงช่องวาไรตี้ ได้แก่ ช่อง 8, Amarin TV
และ PPTV พบว่า ไม่มีรายการที่เข้าข่ายรายการสำหรับเด็กตามเกณฑ์



จากผลสำรวจเวลาออกอากาศรายการที่เข้าข่ายรายการสำหรับเด็กทั้งหมด
57 รายการ จำนวน 3,272 นาที/สัปดาห์

ช่องบริการสาธารณะ: 6 ช่อง
ออกอากาศรายการที่เข้าข่ายรายการ
สำหรับเด็ก 46 รายการ รวม 2,060
นาที/สัปดาห์ หรือร้อยละ 63

ช่องบริการธุรกิจ 11 ช่อง
ออกอากาศรายการที่เข้าข่ายรายการ
สำหรับเด็ก 11 รายการ รวม 1,212 นาที/สัปดาห์
หรือร้อยละ 37

5 เกณฑ์พิจารณารายการที่เข้าข่ายรายการสำหรับเด็ก:

- มีชื่อรายการที่สื่อถึงเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก 2) มีเรื่องย่อ คำอธิบายรายการ หรือเนื้อหาที่ระบุถึง หรือมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก
- มีตัวละคร ผู้ร่วมรายการ ผู้ดำเนินรายการหลักที่เป็นเด็ก หรือมีการสื่อสารที่มุ่งถึงกลุ่มเด็ก 4) มีรูปแบบการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายเด็ก เช่น การ์ตูน แอนิเมชัน หุ่นเชิด เป็นต้น
- มีผู้สนับสนุนรายการหลักเป็นสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับเด็ก หรือมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก เช่น ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มนม ของเล่น ฯลฯ



รายการเด็กน้ำดีนำดู โดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



ไทยรัฐทีวี, NBT, โทรทัศน์รัฐสภา,
T-Sports, GMM25



โทรทัศน์รัฐสภา



ALTV



ไทยรัฐทีวี

ที่มา: ผลการสำรวจของ Media Alert โดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เรื่อง “จากช่องทีวีเด็กที่หายไป ถึงรายการเด็กในปัจจุบัน: ดามหาอนาคตทีวี
เพื่อการเรียนรู้และพัฒนาการของเด็ก” ซึ่งเป็นการสำรวจเพื่อจำแนกและวิเคราะห์สัดส่วนเนื้อหารายการ 4 กลุ่ม ได้แก่ ป, ค, เข้าข่ายรายการสำหรับเด็ก และอื่น ๆ
จากผังรายการทีวีดิจิทัลเดือน ม.ค. 2566 รวม 21 สถานี



พลังสื่อเปลี่ยนสังคม สร้างโลกเพื่อทุกคน

ในยุคที่ใคร ๆ ก็ผลิตสื่อได้ แต่การเป็นสื่อคุณภาพ สร้างสรรค์ ปลอดภัย มีข้อจำกัด เพราะมักไม่เป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้เสพคอนเทนต์ ไม่สนุก ไม่คุ้มค่าการลงทุน ทำให้เรื่องหวือหวา ตลก ขำขัน ละครบ๊อง ขาดดี ครอบครองพื้นที่สื่อหลัก สื่อออนไลน์ คอนเทนต์คุณภาพจึงมีน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนคอนเทนต์ต่าง ๆ ที่ส่งเข้าสู่ระบบในแต่ละนาที/ชั่วโมง

คอลัมน์ Spotlight ชวนไปรู้จัก 4 โครงการ ภายใต้การสนับสนุนของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นพัฒนา ส่งเสริม การผลิตเผยแพร่สื่อที่ดีมีคุณภาพ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้ง 4 โครงการ นำเสนอข้อมูล มุมมองใหม่ ๆ และพยายามปรับทัศนคติทางสังคมอย่างละเมียดละไม เป็นสื่อคุณภาพที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์เหมาะสมสำหรับทุกเพศ ทุกวัย ทุกคน

ดนตรีเปลี่ยนโลก Music Brings Relief

โปรเจกต์ที่ใช้ดนตรีบำบัดจิตใจผู้คน และนำมาซึ่งความจรรโลงใจ กับ 10 บทเพลง 10 ประเด็นทางสังคมที่จะมาสะกิดต่อมจิตสำนึกของคนให้ตระหนักร่วมแก้ไข ปัญหา เริ่มจากตัวเองแล้วโลกจะดีกว่าที่เคยเป็น

แตกต่างเดียวกัน

โครงการงานวิจัยและพัฒนาสื่อการ์ตูนชุด “วัฒนธรรมความพิการ” ด้วยการมีส่วนร่วมของคนพิการและทุกภาคส่วนในสังคม ที่มองความเท่าเทียมเป็นเรื่องของมนุษย์

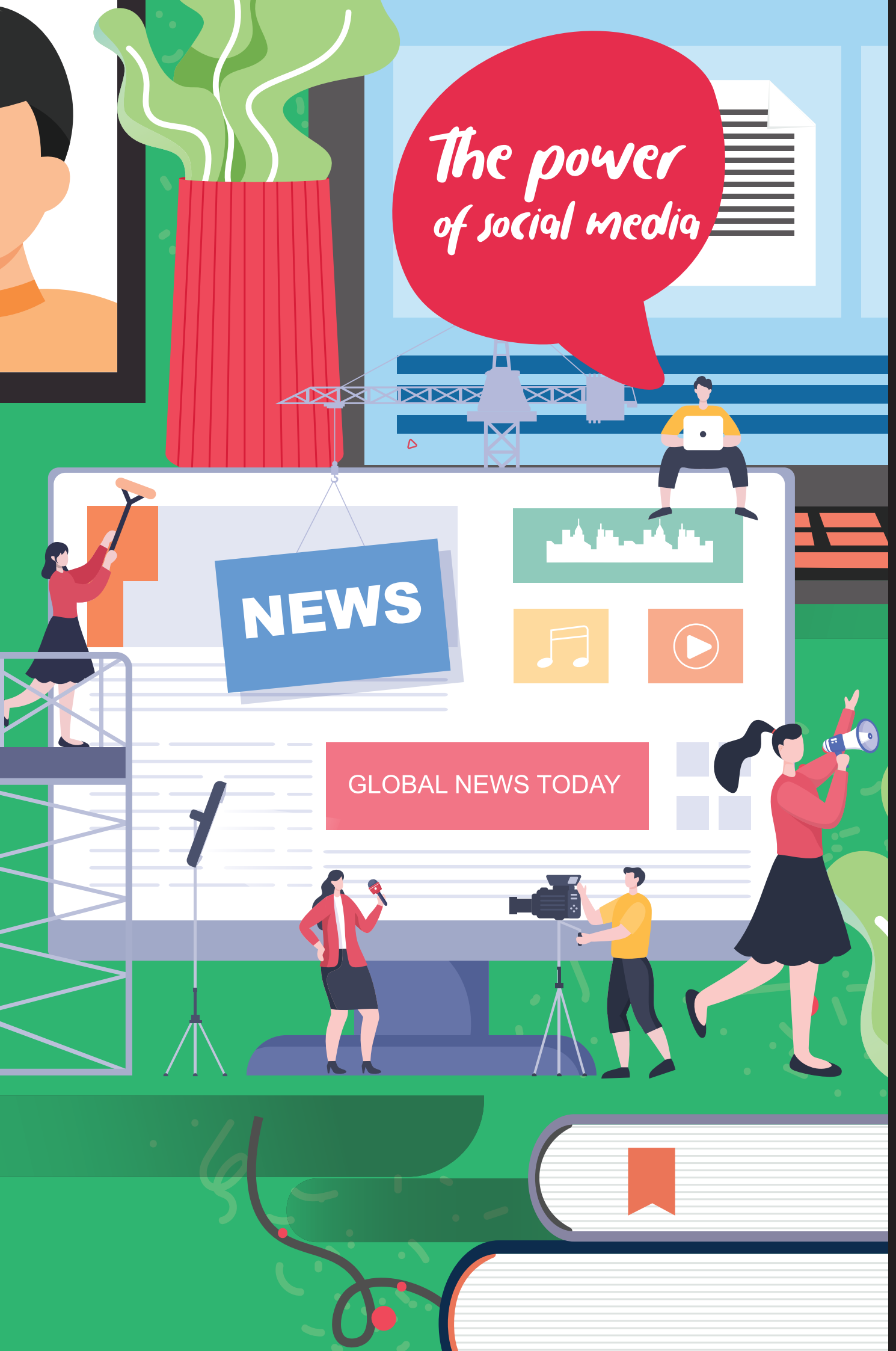
People Think โลกป่วย ชวนเปลี่ยน

พลังแห่งการขับเคลื่อนของคนรุ่นใหม่กับการรับมือปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ เรื่องใหญ่ ๆ ที่สามารถใช้เพียงสองมือเล็กๆ ของคนตัวเล็กๆ เปลี่ยนโลกไปตลอดกาล เมื่อเราลงมือทำ

น้ำหนึ่งไทยเดียว

สารคดีที่เน้นสร้างความสามัคคีจากคนกลุ่มเล็ก เริ่มต้นในครอบครัว ชุมชน แล้วขยายผลความสามัคคีสู่สังคมระดับประเทศ

*The power
of social media*





ชัชชนะ สมานทรัพย์



ดนตรีเปลี่ยนโลกด้วยจิตสำนึกสาธารณะ

โครงการดนตรีเปลี่ยนโลก Music Brings Relief เป็นการหยิบประเด็นการขาด “จิตสำนึกสาธารณะ” ของสังคมมาแต่งเป็นบทเพลงกระดูกต่อม 10 บทเพลง พร้อมมิวสิกวิดีโอที่ถ่ายทอดอารมณ์เพลงด้วยลีลาเรื่องราวที่แตกต่างกัน 10 ประเด็นปัญหาสังคมที่เห็นได้ทั่วไป อย่างเมาแล้วขับ ตั้งครรภไม่ฟังประสงค์ ทิ้งขยะไม่เป็นที่ ซึ่งล้วนเกิดจากพฤติกรรมของคน ไม่สามารถแก้ไขได้โดยรัฐฝ่ายเดียว

“จิตสำนึก การตระหนักรู้ และคำนึงถึงส่วนรวมของคนในสังคมเป็นสิ่งสำคัญ” ชัชชนะ สมานทรัพย์ ผู้ช่วยโปรดิวเซอร์ บริษัท เฮดซิดด์ ครีเอชั่น จำกัด และผู้ดูแลโครงการดนตรีเปลี่ยนโลกที่ได้รับทุนสนับสนุนประเภทเปิดรับทั่วไป (Open Grant) ปี 2563 จากกองทุนพัฒนาสื่อฯ บอกย้ำ และเล่าที่มาของแต่ละเพลงว่า ระดมไอเดียกันเข้มข้น ค้นหาข้อมูล เพื่อนำประเด็นที่สามารถถ่ายทอดมาเป็นเพลงได้ แนวเพลงมีทั้งป๊อป ร็อก อินดี้ อัลเทอร์เนทีฟหรือเก็บบททุกแนว

“ปัญหาคนทิ้งขยะไม่ลงถัง เมาแล้วขับ ฯลฯ เราเห็นกันทุกวัน แต่ทำอย่างไรจะแก้ปัญหาได้ ทำอย่างไรให้เราเริ่มต้นแก้ปัญหาด้วยกัน ถ้าเราผลิตสื่อที่ไปสะกิดต่อมจิตสำนึกของเขาน่าจะช่วยให้ ผมว่า เพลงหนึ่งเพลงทำให้คนฟังคนเดียวเปลี่ยนตัวเอง ก็ประสบความสำเร็จแล้ว แม้แต่ศิลปินที่ทำเพลง ทำเพลงเสร็จก็อยากเปลี่ยนตัวเอง ผมก็พยายามเปลี่ยนตัวเอง เพลงถูกปล่อยไปน่าจะจะมีคนคิดแบบเรา แต่หนึ่งคนก็เป็นจุดเริ่มต้นในการเปลี่ยนแปลง”

ชัชชนะเล่าวิธีการทำงานว่า ทีมโยนโจทย์ให้กับศิลปิน อยากได้หัวข้อไหนก็ทำเรื่องนั้นไม่ยึดเยียด เพราะบางคนมีประสบการณ์ร่วมกับเพลงจะทำให้ผลงานออกมาดี อย่างเพลงนับ 1 ไม่ถึง 10 ศิลปินจะอินมากเพราะถูกถูกบูลลี่ หรือวง Stoodio ที่เล่าเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศสภาพ เพราะนักร้องเป็น LGBT+ ซึ่งกองทุนพัฒนาสื่อฯ เปิดกว้างให้สร้างสรรค์ได้เต็มที่ เพียงแค่ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ คือ สร้างสรรค์ ปลอดภัย เข้าใจง่าย ไม่รุนแรง การทำงานเพลงชุดนี้จึงแตกต่างจากทุกงานที่ผ่านมา ปกติบริษัททำโฆษณาหนึ่งสั้นภาพยนตร์ บางอย่างหลีกเลี่ยงความรุนแรง คำหยาบไม่ได้ แต่พอเรามาทำงานกับกองทุนพัฒนาสื่อฯ เราคิดอยู่บนความปลอดภัยและสร้างสรรค์ เราทำงานหนักกว่าเดิม เพื่อให้ผลงานที่ออกมา เด็ก ผู้ใหญ่ สามารถฟังได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกคน

สำหรับเพลงชุดนี้ปล่อยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่าง YouTube และ Facebook ผลตอบรับเกินความคาดหมายไปมาก จากแค่หมิ่นวิวกิติใจแล้ว ตอนนี่ “เพลงสโมสรรพนักงานสุบยา” 2.8 ล้านวิว เพลงได้รับความสนใจมาก มีคนนำไปทำคลิปลง TikTok และ Instagram สุดท้ายคาดหวังว่า ดนตรี...จะเกิดประโยชน์ คุณค่าต่อสังคม เพื่อเปลี่ยนโลก

10 เพลงบรรเลงเปลี่ยนโลก

1. บุหรี่มือสอง: เพลงสโมสรรพนักงานสุบยา (ดีเจอองแอ้ง สะบัดแผ่น วงอินดี้)
2. ดื่มแล้วขับ: เพลงดื่มดับ (The Superglasses Ska Ensemble)
3. บุคลี: เพลงนับ 1 ไม่ถึง 10 (Penguin Villa)
4. ความเท่าเทียม: เพลงเท่ากัน (Stoodio)
5. ก้องไม่พร้อม: เพลงพร้อม (พราว (Proud))
6. ความมหัศจรรย์: เพลงบาควิกิ (Miraculous)
7. การทิ้งขยะ: เพลงทร้อยู (Trash Me) (Sirirajah Rockers)
8. การแบ่งปัน: เพลงน้ำใจ (Dead Flowers)
9. ปัญหาจราจร: เพลงรถบ้าน (t_047)
10. การละเมิดลิขสิทธิ์: เพลงจอมโจรคิด (ภูมิจิต (Official Music Video))

สามารถติดตาม MV ทั้ง 10 ชิ้น ทั้งใน YouTube และ Facebook ของโครงการดนตรีเปลี่ยนโลกกัน



People Think โลกป่วน ชวนเปลี่ยน

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาวะโลกร้อน หรือ "Climate Change" เป็นที่มา และแรงบันดาลใจของ ธนวัฒน์ ตาลสุข หัวหน้าโครงการผลิตรายการสารคดี People Think โลกป่วน ชวนเปลี่ยน ที่อยากชวนคนรุ่นใหม่ และคนตัวเล็ก ๆ เป็นพลังขับเคลื่อนรับมือ ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สารคดี 12 ตอน 4 ภูมิภาค 12 จังหวัด เดินเรื่องด้วยพลังของคนตัวเล็ก ๆ หลากหลาย อาชีพ นักวิจัย พยาบาล ครู ชวนา ฯลฯ เล่าเรื่องราวของคนธรรมดาที่เปลี่ยนแปลงโลก ได้ด้วยสองมือ โดยสารคดี People Think ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างผู้สร้างสรรค์ และผู้รับสาร

ธนวัฒน์เล่าถึงประสบการณ์ที่ได้ลงพื้นที่ว่า แต่ละเคสที่เราไปเจอ บางคนมีแนวคิดสุดยอด แต่พูดไม่เก่ง พอเราเข้าไปคุยกันจนตกตะกอนความรู้ เรานำสารส่งต่อให้ผู้รับสาร กลายเป็น แปรนต์สินค้าช่วยโลกได้ บางคนเขาไม่รู้เลยว่า สิ่งที่เขาทำอยู่เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยโลก ดังนั้น ความพิเศษไม่ใช่แค่การดึงข้อมูลออกมาสื่อสาร แต่ระหว่างทางที่เราได้พูดคุยกัน อาจเกิดประกาย ไอเดีย หรือข้อมูลที่สามารถนำไปต่อยอดปรับใช้ในงานจริง ๆ ของเขา

เราได้แปลงข้อมูลยาก ๆ ที่ต้องอธิบายด้วยหลักวิทยาศาสตร์ อย่าง "ปะการังฟอกขาว" ให้คนเข้าใจง่ายขึ้น เช่น ปะการังฟอกขาวไม่ได้เกิดจากสภาพภูมิอากาศอย่างเดียว มนุษย์ ทำให้เกิดการฟอกขาวอย่างไร น้ำจืดที่มาจากโรงงานพื้นที่รอบ ๆ เกิดอะไรในช่วงที่ผ่านมา การกระทำของมนุษย์หรือไม่ที่ส่งผลให้โลกรวน

ที่สำคัญ คือ การเล่าถึงสิ่งที่นักวิจัยกำลังทำอยู่ว่าไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะอาจกำลังต้องต่อสู้ กับปัญหาเชิงโครงสร้างเมื่อพูดถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งคนที่กำลังลงมือเปลี่ยนโลก อาจกำลัง ต้องการกำลังใจ หรือมีคนเห็นคุณค่าในสิ่งที่เขาทำ

ที่ศรีสะเกษ ได้เจอครูพิม เรื่องราวธรรมดาที่อาจไม่หวือหวาแต่เราสัมผัสได้ถึงความอึ้งอัมใน ตอน เมล็ดพันธุ์ที่ดีเติบโตที่เหมาะสม ซึ่งคุณครูนำความรู้เกี่ยวกับการเป็นนักอนุรักษ์ ถ่ายทอดสอนให้กับเด็ก ๆ อนุบาล เปิดพื้นที่สวนเล็ก ๆ ในโรงเรียน ปลูกฝังให้เด็กได้เรียนรู้ อยู่กับธรรมชาติ หวังว่าเยาวชนเติบโต จะมีนิสัยนักอนุรักษ์ในแบบที่เขาเป็น ไม่ว่าจะอยู่ในอาชีพอะไรก็ตาม

นี่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของสารคดี People Think โลกป่วน ชวนเปลี่ยนเท่านั้น ผู้ที่สนใจ สามารถรับชมวิดีโอได้ทุกแพลตฟอร์ม ทั้ง facebook.com/PeopleThinkTH Instagram TikTok YouTube และอย่าลืมนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะเราสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการบรรเทาปัญหา "Climate Change" ได้



ปัญหากระดูก อภิศกดิ์สุธรรมชาติ

Believe ปูจากเท้ามนุษย์

"ปูจากกระดูกมนุษย์" จ.มหาสารคาม หนึ่งในสารคดีชุด "People Think โลกป่วน ชวนเปลี่ยน" เรื่องราวความเชื่อ จาก "ครูยศ เหล่าอิน" ครูยศ เป็นผู้รับโครงการชวนญาติผู้วายชนม์เอากระดูก มาปลูกต้นไม้ การกักดินร่างกายมนุษย์สู่ธรรมชาติ ก็เปลี่ยนความรัก ปรารถนาดี ต่อผู้ตายให้กลายเป็นป่า ซึ่งในสารคดีนี้ ครูยศจะเล่าให้ฟังถึง แรงบันดาลใจที่ทำให้เกิดคำถาม "ทำไมเราจึงต้อง ลอยอังคาร ไม่ต้องลอยก็ได้หรือไม่"

ปัจจุบันชาวอีสานใช้วิธีปลูกต้นไม้จากเท้ากระดูก มากขึ้น และกลายเป็นแนวคิดของคนรุ่นใหม่ในเชิง อนุรักษ์ เพราะการนำเท้ากระดูกที่มีแคลเซียม มากมายลงแม่น้ำทำให้น้ำเสีย ถ้าเราดำน้ำกระดูก บรรพบุรุษมาปลูกต้นไม้และได้ดูแลต้นไม้ให้เติบโต เท่ากับส่งต่อลมหายใจกับโลกอีกทีสุธรรมชาติ



ธนวัฒน์ ตาลสุข





แตกต่างกัน เข้าใจเพื่ออยู่ร่วม

อยากชวนให้คนไม่พิการมองเห็นว่า “คนพิการ” เป็นเพียง “ความแตกต่าง” ของมนุษย์เหมือนมนุษย์เราก็มียังคนดำ คนขาว คนสูง คนเตี้ย ก็อยากให้มองคนพิการแบบนั้นเหมือนกัน มีคนพิการกับไม่พิการ

“การ์ตูนชุดแตกต่างกัน” เป็นการ์ตูนอ่านแบบช่องขนาดสั้น 12 ตอน ครอบคลุมความพิการ 7 ประเภท สะท้อนความแตกต่างในแง่มุมต่าง ๆ และชวนให้เกิดมุมมองต่อคนพิการในเชิงสังคม

ภายใต้ “โครงการวิจัยและพัฒนาสื่อการ์ตูนชุดวัฒนธรรมความพิการ ด้วยการมีส่วนร่วมของคนพิการและทุกภาคส่วนในสังคม” ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนสื่อฯ ประเภทเปิดรับทั่วไป กลุ่มคนพิการและผู้ด้อยโอกาส โดยมี ศศ.จิรภัทร กิตติวรากุล อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ เป็นหัวหน้าโครงการ ศศ.จิรภัทร ถือเป็นตัวแทนคนพิการที่เข้าร่วมโครงการ การได้ทำการ์ตูนเป็นไปตามความฝัน เป็นการ์ตูนคนพิการที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนไม่พิการ การ์ตูนที่อยากให้คนไม่พิการเข้าใจความพิการมากขึ้น เพราะได้สื่อสารเรื่องราวจากใจ ในแง่มุมของการสร้างความเข้าใจเพื่อการอยู่ร่วมกัน

เนื้อหากำรตูนเกิดจากการมีส่วนร่วมของตัวแทนคนพิการทุกประเภท และยังมีตัวแทนภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยเน้นว่าคนพิการเพียงแค่แตกต่าง แต่อยู่ด้วยกันได้ ถ้าเข้าใจกันและกัน ที่สำคัญการ์ตูนน่ารักและสนุก

ที่มาของเนื้อหากำรตูนมาจากประสบการณ์ตรงของคนพิการ ที่เกิดจากกระบวนการทำงานในโครงการ ที่เปิดโอกาสให้ตัวแทนคนพิการทุกประเภท รวมถึงตัวแทนภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ได้มาประชุมพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ชีวิต เพื่อจะถอดบทเรียนเรื่องวัฒนธรรมความพิการนั้น ทำให้ทุกภาคส่วนที่มา ได้เรียนรู้ซึ่งกันและกันในเชิงลึกมากขึ้น เข้าใจกันมากขึ้น เช่น การสนทนาหรือป้ายที่ต้องเรียกคนพิการเทียบกับคนไม่พิการ อย่าง “ลิฟต์สำหรับคนพิการ คนปกติห้ามใช้” หรือ “ที่จอดรถคนพิการ คนธรรมดาห้ามจอด” ข้อความเหล่านี้ทำให้คนพิการกลายเป็น “คนไม่ปกติ” หรือกลายเป็น “คนไม่ธรรมดา” ไปโดยปริยาย

การพูดคุยกันสามารถถอดบทเรียนได้เป็นความรู้ชุดวัฒนธรรมความพิการในประเทศไทย ที่นำองค์ความรู้ชุดนี้ไปเผยแพร่ส่งต่อให้เครือข่ายองค์กรที่ทำงานด้านคนพิการได้นำไปศึกษาใช้ หรือต่อยอดเป็นโครงการต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต อีกทั้งยังคงมีประเด็นน่าสนใจหยิบมาเล่าได้อีกมาก ซึ่ง ศศ.จิรภัทร มีเป้าหมายที่อยากทำแตกต่างกันใน season 2 พัฒนาไปเป็น animation หรือตีพิมพ์เป็นเล่ม หรือทำ E-Book เป็นนิทาน สำหรับเด็ก ๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจสามารถอยู่ร่วมกันอย่างเคารพซึ่งกันและกัน



รู้จัก น้อง “นานิป”

น้อง “นานิป” หรือชื่อจริง “นานิปการ” ตัวการ์ตูน สีฟ้า หรือสีดอกแก้วก็เลยสัญลักษณ์วันคนพิการ สวมรองเท้าสีเหลือง ซึ่งเป็นสีธงคนพิการสากล นานิปมีรูปร่างเป็นรูปมือ มี 4 นิ้ว สื่อว่ามนุษย์มีความแตกต่างหลากหลายมากมายไม่ถ้วน หากดูเดิน ๆ ไม่ได้สังเกตก็จะไม่รู้ว่าเป็นใคร น้องนานิปจึงเป็นตัวแทนคนพิการทุกประเภท

สามารถติดตาม “การ์ตูนชุดแตกต่าง” ผ่านช่องทาง facebook.com/11แตกต่างเดียวกัน



น้ำหนึ่งไทยเดียว สารคดี “สามัคคี” คือพลัง

“น้ำหนึ่งไทยเดียว” หนึ่งในโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อฯ ประเภท เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) ประจำปี 2564 ถ่ายทอดเรื่องราว 12 ชุมชนต้นแบบ การสร้างความสามัคคีจากคนกลุ่มเล็ก เริ่มต้นในครอบครัว ชุมชน แล้วขยายผล ความสามัคคีสู่สังคมเสริมสร้างให้ “ไทยเข้มแข็ง”

กฤติกา เกลี้ยงกลม จากบริษัท คิดชน พลัส จำกัด และหัวหน้าโครงการ “น้ำหนึ่งไทยเดียว” บอกถึงที่มาของ 12 ชุมชนต้นแบบว่า มาจากการถอดบทเรียนความสำเร็จของกลุ่มคน ชุมชนตัวอย่างจากทั่วประเทศ โดยถ่ายทอดความน้ำหนึ่งใจเดียวกันผ่านผู้นำหรือตัวแทน ชุมชน กลุ่มคน กลุ่มองค์กร และตัวแทนเยาวชน ที่สามารถช่วยกันแก้ปัญหา หรือพัฒนา ชุมชนสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ ให้กลายเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง รู้รักสามัคคี ปลูกฝังจิตสำนึก สาธารณะ และคุณธรรมแห่งความดีงามของการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

ช่วงเริ่มต้นโครงการว่า เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้บางชุมชนที่มีความโดดเด่นเรื่องความสามัคคีต้องปิดชุมชน ที่มงานจึงไม่สามารถเข้าไปถ่ายทำรายการได้ จำเป็นต้องหาชุมชนสำรองและนำเสนอต่อคณะทำงานติดตามและประเมินผลโครงการฯ เพื่อพิจารณาใหม่ ส่วนบางชุมชนที่ไม่ติดปัญหาเรื่องโควิด 19 แต่เป็นชุมชนที่ผ่านพ้นปัญหา มาแล้ว ทีมงานก็ต้องไปค้นคว้าหาข้อมูลที่เป็นต้นกำเนิดในการแก้ปัญหาเหล่านั้น เพื่อนำมา สื่อสารสู่สาธารณะ

เมื่อถึงขั้นตอนที่จะลงพื้นที่ชุมชน ก็จะมีรู้สึกอึดอัดใจทุกครั้ง เพราะชาวบ้านทุกคนจะต้อนรับ ขับสู้อย่างดี บอกเล่าเรื่องราวและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ให้ข้อมูลเชิงหลักการและเหตุผล หรือแม้แต่การเข้าไปถ่ายทำในพื้นที่ที่ไม่สามารถไปได้ คนในชุมชนก็จะคอยช่วยประสาน จนวนงานทุกอย่างผ่านพ้นไปได้ด้วยดี

ในช่วงที่รายการเผยแพร่ ทั้งทางออนแอร์และออนไลน์ โดยออกอากาศทางช่อง 9 MCOT HD และทางเพจเฟซบุ๊ก “น้ำหนึ่งไทยเดียว” ซึ่งทั้งช่องทางมีคนดูเข้ามาแสดงความคิดเห็น ให้กำลังใจ ส่วนคนในชุมชนก็ขอบคุณทีมงานที่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ที่มงานได้ประโยชน์จากการได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ชุมชนให้มีต้นแบบ หรือมีตัวอย่าง ของชุมชนที่ดี เพื่อให้สามารถนำไปใช้กับชุมชนอื่น ๆ ที่มีปัญหาได้ ทั้งในระดับครอบครัว ระดับสังคม และระดับประเทศ



E-Book

“น้ำหนึ่งไทยเดียว” เป็นรายการสารคดีมีความยาว ประมาณ 25 นาที สามารถรับชมย้อนหลังได้ทาง facebook.com/Namnuengthaideaw นอกจากนี้ มีการจัดพิมพ์ “น้ำหนึ่งไทยเดียว” เป็นนิตยสาร และยังสามารถอ่านฉบับ E-Book ได้ที่



กฤติกา เกลี้ยงกลม

“

น้ำหนึ่งไทยเดียว ถ่ายทอดความ น้ำหนึ่งใจเดียวกันของชุมชนต้นแบบ ที่ช่วยกันแก้ปัญหา พัฒนาชุมชน สังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ ให้เข้มแข็ง รู้รักสามัคคี ปลูกฝังจิตสำนึก สาธารณะ และคุณธรรมแห่งความดีงาม ของการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน”

”





CHECKLIST

• 5 ข้อ คนทำสื่อเพื่อเด็กต้องรู้ •

ในยุคที่ใคร ๆ ก็เป็นผู้ผลิตสื่อได้ แต่สำหรับการผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย เป็นเรื่องละเอียดอ่อน ต้องออกแบบให้สอดคล้องกับพัฒนาการ ทั้งทางกาย ทางอารมณ์ ทางสังคม

ชวนคุยกันท้ายเล่มฉบับนี้ มี Checklist ง่าย ๆ 5 ข้อ ที่เป็นหัวใจหลักจุดเริ่มต้นในการผลิตสื่อสำหรับเด็กมาฝากค่ะ ใครที่กำลังทำสื่อให้เจ้าตัวเล็ก ลองเช็กดูนะค่ะ ว่าสื่อที่เรามีครบทั้ง 5 ข้อหรือยัง

CREATIVE THINKING & IMAGINATION

กระตุ้นจินตนาการและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์

SOCIAL SKILLS

พัฒนาทักษะทางสังคม

RELATED TO DAILY LIFE

สะท้อนและเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน

SELF-ESTEEM

ส่งเสริมความเข้าใจ และความภูมิใจในตัวเอง

CULTURAL CONTEXT

สอดแทรกบริบทแวดล้อมให้เหมาะกับสังคมไทย

ที่มา: โครงการพัฒนาผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กปฐมวัย (3-6 ปี) โดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ร่วมกับวิทยาลัยนวัตกรรม ม.ธรรมศาสตร์ และสถานีโทรทัศน์ Thai PBS



เฉลยฉบับเดือนมกราคม



FIND my name? ลองจับคู่ใครเป็นใครใน “มหานครขนมไทย” ได้ลองชิมอู๋! ลองชมแอนิเมชันสุดน่ารักที่น่าโดยน้องเหนียวม่วง และผองเพื่อน น้องสายไหม น้องข้าวปาด แต่น้อง ข้าวหาลาม และคู่หูฝาแฝดต้ม-มัดกันแล้วจับคู่ตามนี้เลยจ้า...

ลองทายกัน ดันชื่ออะไร

ชงชง, นินจา, เซฟตี้, มังกร, ใจดี, จับคู่

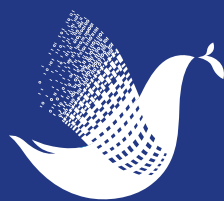
พบกับการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง "สัมมาทิฏฐิ ทะลุมิติมายา"

ออกอากาศทางช่อง 9 เอ็มคอตเอชดี ทุกวันอาทิตย์ เวลา 09.00-09.30 น.

การ์ตูนแอนิเมชันที่ถ่ายทอดความรู้เรื่องธรรมะควบคู่ไปกับความบันเทิง โดยถอดบทพระนิพนธ์จากหนังสือเรื่อง "สัมมาทิฏฐิ" ในสมเด็จพระสังฆราชเจ้า กรมหลวงวชิรญาณสังวร (เจริญ สุวฑฺฒโน) จำนวน 84 ตอน

มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่สื่อคุณธรรมและสร้างสรรค์ สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ให้ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสัมมาทิฏฐิอย่างถูกต้อง และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ยูทูป และ เฟซบุ๊กกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์





กองทุนพัฒนาสื่อ
ปลอดภัยและสร้างสรรค์
THAI MEDIA FUND

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

