

หลักสูตร สูงวัยรู้ทันสื่อ



คำนำ

ในยุคที่ผู้คนในสังคมใช้เทคโนโลยีการสื่อสารได้อย่างคล่องแคล่ว การสร้างข้อมูลเป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถทำได้เอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องจริง เรื่องแต่ง ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย เสียงประกอบ อีกทั้งเทคนิคพิเศษมากมายที่มีให้เลือกใช้อย่างง่ายดาย และยังสามารถส่งข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ไปยังคนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มหนึ่งในสังคมที่มีโอกาสได้รับข้อมูลเหล่านั้น แม้ว่าผู้สูงอายุบางคนจะเรียนรู้เทคโนโลยีการสื่อสาร สามารถสร้างข้อมูลและเป็นผู้ส่งข้อมูลออกไปในช่องทางต่าง ๆ ได้ แต่กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ ยังนับว่าเป็นกลุ่มเสี่ยงในโลกของข้อมูลข่าวสารปัจจุบัน เพราะผู้สูงอายุส่วนใหญ่ของประเทศไทยเพิ่งได้รู้จักกับความสามารถของเทคโนโลยีการสื่อสารได้ไม่นาน ทำให้บางคนยังไม่เข้าใจเทคนิควิธีการสร้างข้อมูล บางคนรับรู้แต่อาจยังปรับตัวตามไม่ทัน และบางคนอาจไม่สนใจที่จะเรียนรู้ความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้สูงอายุจึงเสี่ยงที่จะถูกชักจูงความคิดและการตัดสินใจจากความเข้าใจเพียงผิวเผินต่อเทคโนโลยีและวิธีการสื่อสารที่มีรูปแบบหลากหลายเช่นในปัจจุบัน

กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล และ กลุ่มคนตัว D

บริษัททำมาปັນ จึงได้ร่วมกันพัฒนา “หลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ” ขึ้นจากแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy) ซึ่งเป็นแนวคิดสากลที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ เพื่อนำไปใช้อบรมให้ความรู้ผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุทั่วประเทศ ทั้งนี้การออกแบบหลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ ได้คำนึงถึงเนื้อหา ระยะเวลา และกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ของผู้สูงอายุที่มีความแตกต่างหลากหลาย เพื่อสร้างสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย ให้เป็นสังคมอุดมปัญญาที่เข้มแข็ง เท่าทัน และมีความสุขต่อไป

คณะผู้จัดทำ
กันยายน 2566



สารบัญ


เหตุและผลของการรู้ทันสื่อ	6
วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	9
แนวคิดสำคัญของหลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ	10
การรู้ทันสื่อ	10
ลักษณะสำคัญของหลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ	14
การออกแบบเนื้อหา	14
การออกแบบกิจกรรม	15
การแบ่งสัดส่วนเนื้อหา	16
เนื้อหาส่วนที่ 1	
สื่อ และอิทธิพลของสื่อเป็นส่วนสำคัญของปัญหา	18
สื่อ	19
อิทธิพลของสื่อ	23
ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุ	27
กิจกรรม “ปั่นประสบการณ์”	32

เนื้อหาส่วนที่ 2

คาถารู้ทันสื่อ คือทางแก้ปัญหา	34
พร้อม เพราะมี 3 สิ่งสำคัญ	35
หยุด	38
กิจกรรม “หยุด..ดูอารมณ์ตนเอง”	44
คิด	46
กิจกรรม “แม่ค้ามาแล้ว”	52
ถาม	54
กิจกรรม “ตรวจสอบอย่างรู้เท่าทัน”	62
ทำ	64
กิจกรรม “ฉันจะทำ..อย่างไร”	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	76
ตัวอย่างกำหนดการอบรม	77
ตัวอย่างคำถามประเมินความเข้าใจ	82
แหล่งข้อมูลที่ควรรู้	84
คิวอาร์โค้ด และเกม STAAS	91

เหตุและผล ของการรู้หนังสือ

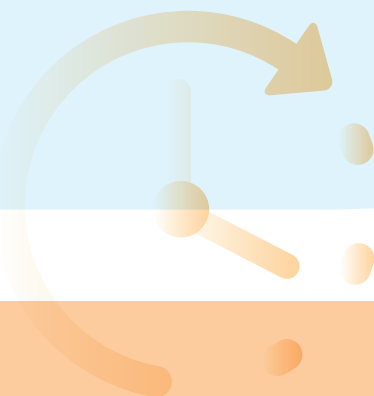




สังคมที่กำลังดำเนินไปแต่ละวัน มีเรื่องราวเหตุการณ์มากมาย ให้สื่อสารรับรู้กันได้ไม่รู้จบ ประกอบกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่ถูกพัฒนาให้ใช้งานง่าย ยิ่งทำให้การสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ทำได้สะดวกรวดเร็ว และสามารถใช้นวัตกรรมสร้างสรรค์แต่งเติมเรื่องราวให้น่าสนใจได้ตามเจตนาของผู้สื่อสาร ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจว่าข้อมูลต่าง ๆ ที่สื่อสารกันในสังคม มีทั้งที่เป็นเรื่องจริงและเรื่องที่สร้างขึ้น

การดำเนินชีวิตในสังคมข่าวสารเช่นปัจจุบัน นอกจากที่เราต้องรู้ว่าข้อมูลที่สื่อสารกันอยู่นั้นเป็นเรื่องจริงหรือไม่จริง เรายังต้องรู้อีกว่ามีความจริงอยู่แค่ไหน ตรงไหนที่ไม่จริง และข้อมูลนั้นมีประโยชน์กับเราอย่างไร คู่กับเวลาที่ต้องเสียไปเพื่อการติดตามข้อมูลเหล่านั้นหรือไม่

หากเปรียบเทียบเวลาของวัยสูงอายุกับนาฬิกาทราย จะเห็นได้ชัดว่าเม็ดทรายจำนวนไม่มากที่เหลืออยู่ในครึ่งบนกำลังไหลลงสู่ครึ่งล่างอย่างต่อเนื่อง และจะไหลไปอย่างนั้นจนทรายทุกเม็ดลงไปกองสงบรวมกัน การเปรียบเทียบนี้เป็นการเน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญและคุณค่าของช่วงชีวิตที่เหลืออยู่ของผู้สูงอายุ ที่ไม่ควรต้องเสียไปกับการติดตามข้อมูลที่ไม่เกิดประโยชน์ และบางครั้งอาจเป็นโทษที่ทำให้ผู้สูงอายุเกิดความเสียหายกระทบกระเทือนต่อสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ



เมื่อการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การใช้สื่ออย่างรู้เท่าทันและการเฝ้าระวังสื่อ คือแนวคิดและแนวปฏิบัติ ที่ช่วยให้ผู้สูงอายุดำเนินชีวิตท่ามกลางสังคมข่าวสารในปัจจุบันได้ปลอดภัยขึ้น โดยเน้นให้ผู้สูงอายุใช้สติตั้งรับสิ่งที่เข้ามากระทบการรับรู้ ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูล ที่เป็นคำพูดจากบุคคล รูปภาพ เสียง หรือ เทคโนโลยีสื่อผสมในรูปแบบต่าง ๆ รวมไปถึงสื่อออนไลน์ และให้ผู้สูงอายุมีปฏิสัมพันธ์ต่อข้อมูลนั้นอย่างเท่าทันด้วยความรับผิดชอบต่อตนเอง และผู้อื่น ทั้งนี้ แนวคิดสากลเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ได้ถูกปรับแต่งให้จับต้องได้ง่ายขึ้นในรูปแบบของ คำสำคัญ 4 คำ “หยุด คิด ถาม ทำ” ซึ่งเป็นนวัตกรรมทางสังคมที่ได้รับการพิสูจน์แล้ว¹ ว่าสามารถช่วย ดึงสติให้ผู้สูงอายุได้คิดพิจารณาไตร่ตรองข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อของ ทำให้ไม่ต้องเสียเงินไปกับสิ่งที่ไม่จำเป็น หรือพิจารณาความจริงก่อนจะ เชื่อหรือก่อนจะส่งต่อข้อมูล ทำให้ไม่เป็นผู้ปล่อยข่าวลวงหรือข้อมูลเท็จ นอกจากนี้ ผู้สูงอายุหลายท่านมีความเห็นว่าการจดจำคำสำคัญทั้ง 4 คำนี้ มีประโยชน์ในการเตือนสติให้ หยุด คิด ถาม ทำ ในกิจกรรมอื่น ๆ ได้ อีกด้วย



¹ โครงการวิจัยต่อเนื่องของศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (ICEM) สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

การใช้สติตั้งรับเป็นการปลุกพลังของผู้สูงอายุให้เห็นคุณค่าของตัวเอง ด้วยการนำประสบการณ์ชีวิตที่สั่งสมมาประกอบกับศักยภาพในการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทำให้ผู้สูงอายุสามารถเรียนรู้ ทำความเข้าใจ และตั้งสติพิจารณาเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างสุขุมรอบคอบมากขึ้น ซึ่งเป็น การเพิ่มความปลอดภัยในการใช้ชีวิตท่ามกลางเรื่องราวข่าวสารที่มีความคลุมเครืออยู่ตลอดเวลาเช่นปัจจุบัน การรู้ทันและเฝ้าระวังสื่อของผู้สูงอายุจะเป็นผลให้สังคมไทยเป็นสังคมสูงวัยที่เปี่ยมไปด้วยพลังแห่งสติที่ตื่นรู้ ถึงแม้ว่าทรายในนาฬิกาชีวิตของผู้สูงอายุจะเหลือน้อย แต่ทรายทุกเม็ดเปรียบเหมือนเวลาทุกวินาทีอันมีค่าที่คู่ควรกับการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขตลอดไป

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตร**สูงวัยรู้ทันสื่อ** นี้ เน้นการพัฒนาศักยภาพในระดับบุคคล ต้องการให้ผู้สูงอายุมี **ความรู้และทักษะ** ด้านการใช้สื่ออย่างรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อผ่านคำสำคัญ **“หยุด คิด ถาม ทำ”**

แนวคิดสำคัญ ของหลักสูตร

การรู้ทันสื่อ

การรู้ทันสื่อ (Media Literacy) เป็นแนวคิดและทักษะที่ช่วยให้ประชาชนในสังคมสื่อสารได้อย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไม่ให้ตกเป็น “เหยื่อ” ของผู้ไม่หวังดีในกระบวนการสื่อสาร การรู้ทันสื่อมีหลักการสำคัญ 4 ข้อได้แก่



1

การรู้จักและเข้าถึงสื่อ ผู้รับสารสามารถเลือกใช้สื่อได้ตามที่ต้องการ เช่น สามารถเปิดโทรทัศน์เลือกดูช่องที่ต้องการได้ เปิดวิทยุฟังรายการที่สนใจ หรือเปิดใช้แอปพลิเคชันไลน์ในโทรศัพท์มือถือได้

2

การวิเคราะห์ทำความเข้าใจสื่อ ผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจหรือตีความข้อมูลที่สื่อส่งมาได้

3

การประเมินผลกระทบจากสื่อ ผู้รับสารสามารถประเมินผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบของสื่อและข้อมูลที่ได้รับได้

4

การใช้สื่ออย่างปลอดภัย ผู้รับสารสามารถใช้ข้อมูลนั้นต่อไปอย่างปลอดภัยต่อตนเองและผู้อื่น



หลักการรู้ทันสื่อทั้ง 4 ข้อนี้ได้รับการยอมรับและเผยแพร่เป็นสากล โดยอาจมีการปรับ ประยุกต์ หรือใช้คำให้เข้ากับสถานการณ์ของแต่ละที่ แต่ยังคงยึดอยู่กับหลักการทั้ง 4 ข้อนี้²

ความหมายของการรู้ทันสื่อในปัจจุบันขยายกรอบครอบคลุม ไปถึงการรู้เท่าทันสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล โดยองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ใช้คำรวมว่าการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ Media and Information Literacy หรือ MIL การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศนี้ ให้ความสำคัญกับ **“การใช้ความคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking)”** ในการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับสื่อไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึง ประเมิน และใช้ประโยชน์ ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อสำหรับผู้สูงอายุจึงหมายถึง ทักษะของผู้สูงอายุในการ **“ใช้สติกำกับการใช้สื่อ”** โดยสร้างสรรค์ให้เป็นรูปธรรมจับต้องได้ง่ายขึ้นในรูปของคำสำคัญ **“หยุด คิด ถาม ทำ”**

² แพรพรรณ อัครประสา. (2557). แนวคิดและทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ. ใน *ฐานวัฒนา สุขวงศ์, ชมพูนุท นุตาคม, ชนิษฐา ปาลโมกษ์ และศศิพร ต่ายคำ (บก.)* รู้เท่าทันสื่อ (น. 59-79). สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์.



หยุด



หยุด

เน้นการยับยั้งตั้งสติเมื่อได้รับการกระตุ้นจากสื่อ ไม่ว่าจะเป็นทางการเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การได้ชิมรส หรือการได้สัมผัส เรียนรู้ การดูอารมณ์ตนเอง เมื่อถูกกระตุ้นเพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญของการหยุดเพื่อตั้งสติก่อนตัดสินใจใด ๆ



คิด



คิด

เน้นการคิดพิจารณาใคร่ครวญว่าเป็นความจำเป็นหรือเป็นเพียงความต้องการ คิดถึงประโยชน์หรือโทษที่อาจได้รับจากการใช้สื่อและสารสนเทศที่ได้รับ เพื่อนำไปสู่การตั้งคำถาม



ถาม



ถาม

เน้นการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบถึงประโยชน์และโทษที่จะได้รับจากการใช้สื่อและสารสนเทศ โดยใชคำถามจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้และการใช้เทคโนโลยีฐานข้อมูลต่าง ๆ



ทำ



ทำ

เน้นการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมหลังจากการใช้สติยั้งคิดและหาข้อมูลเปรียบเทียบเพิ่มเติมแล้วโดยตัดสินใจอย่างรับผิดชอบต่อตนเอง และต่อส่วนรวม ซึ่งนับเป็นการเฝ้าระวังสื่อเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมได้ด้วย



ในส่วนของการ “ทำ” อย่างรู้เท่าทันและรับผิดชอบ รวมความถึงการเฝ้าระวัง ซึ่งหมายถึง การกำกับดูแลสื่อให้มีพฤติกรรมและเป้าหมายในการดำเนินงานที่พึงประสงค์และยึดโยงกับประโยชน์สาธารณะ³ ดังนั้น ผู้ใช้สื่อจึงต้องมีความรู้เรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อที่มีต่อสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นสื่อเก่าอย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ ผู้สูงอายุสามารถมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสื่อได้โดยใช้ความคิดพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ อย่างมีวิจาร์ณญาณ ระดมความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่มีความผิดปกติหรือสร้างความเสียหายในสังคมแล้วส่งข่าวเพื่อเตือนกัน รวมถึงแจ้งความผิดปกติไปยังผู้เกี่ยวข้องตามช่องทางต่าง ๆ ทั้งในท้องถิ่นและส่วนกลาง เช่น ตำรวจไซเบอร์ (ตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี) สายด่วน 1441 ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมประเทศไทย กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของรัฐบาล สายด่วน 1111 และปัจจุบันยังมีหน่วยงานภาคประชาชนเป็นตัวอย่างของหน่วยตรวจสอบและเฝ้าระวังสื่ออยู่มากมาย เช่น Cofact สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) สภาผู้ชมไทยพีบีเอส ศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้ (Deep South Watch) เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เป็นต้น ทั้งนี้ กลุ่มผู้สูงอายุสามารถศึกษารูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ข้างต้น และนำมาปรับให้เข้ากับบริบทของชุมชนได้ต่อไป

จากแนวคิดการรู้ทันสื่อนี้ นำไปสู่การออกแบบหลักสูตรเพื่อใช้อบรมผู้สูงอายุในโรงเรียน ผู้สูงอายุให้รู้เท่าทันสื่อและเฝ้าระวังอันตรายจากสื่อ โดยใช้การเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สะท้อนความสำคัญของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อในชีวิตประจำวัน

³ TDRI. 2559. กลไกการตรวจสอบสื่อภาคประชาชน. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาวิจัยการปฏิรูปสื่อ

ลักษณะสำคัญ ของหลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ

การออกแบบเนื้อหา

การออกแบบหลักสูตรวางอยู่บนฐานของปัญหาและการแก้ปัญหา โดยชี้ให้เห็นปัญหาที่เกิดจากการไม่รู้ทันสื่อและวิธีแก้ปัญหา แบ่งเนื้อหาที่สำคัญออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- 1 **สื่อและอิทธิพลของสื่อ** เป็นการชี้ให้ผู้สูงอายุเห็นถึงโทษภัยของสื่อ โดยเน้นวิธีการโน้มน้าวใจของสื่อต่าง ๆ และการใช้เทคโนโลยีในการสร้างข้อมูลลวงให้เกิดความเข้าใจผิดจนนำไปสู่ความเดือดร้อนเสียหาย และ
- 2 **การรู้ทันสื่อ** เป็นการให้คาถาเตือนสติผู้สูงอายุ ให้หยุดเพื่อตั้งสติ คิดถึงผลดีผลเสีย ถามหาข้อมูลเพิ่มเติม แล้วจึงตัดสินใจทำอย่างรู้เท่าทันและรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม



การออกแบบกิจกรรม

หลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ เป็นหลักสูตรอบรมที่ใช้การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่ออกแบบให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง มีทั้งกิจกรรมการเรียนรู้สลับกับการสอดแทรกสนทนาการเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนตื่นตัวกับการเรียนรู้ตลอดการอบรม โดยกิจกรรมการเรียนรู้จะสะท้อนถึงความหมายและความสำคัญของคำแต่ละคำ ดังนี้

- หยุด เรียนรู้จากกิจกรรม “หยุด..ดูอารมณ์ตัวเอง”
- คิด เรียนรู้จากกิจกรรม “แม่ค้ามาแล้ว”
- ถาม เรียนรู้จากกิจกรรม “ตรวจสอบอย่างรู้เท่าทัน”
- ทำ เรียนรู้จากกิจกรรม “ฉันจะทำอย่างไร”

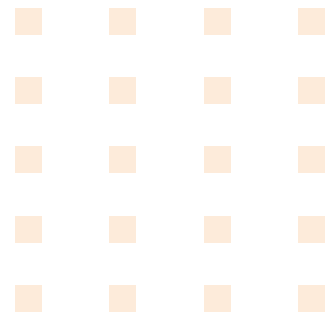


สัดส่วนเนื้อหา แนวคิดสำคัญ และกิจกรรมการเรียนรู้

สัดส่วนเนื้อหา	แนวคิดสำคัญ	กิจกรรมการเรียนรู้
1. สื่อและอิทธิพลของสื่อ	การโน้มน้าวใจและการใช้เทคนิคสร้างข้อมูลลวง	1) กล่องรับบริจาค 2) ประสพการณ์ร่วม
2. คาทารู้ทันสื่อ	หยุด	หยุด..ดูอารมณ์ตัวเอง
	คิด	แม่ค้ามาแล้ว
	ถาม	ตรวจสอบอย่างรู้เท่าทัน
	ทำ	ฉันจะทำอย่างไร

เนื้อหาในส่วนที่ 1 “สื่อและอิทธิพลของสื่อ” อธิบายลักษณะธรรมชาติของสื่อโดยจัดเรียงลำดับจากสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุมากไปหาน้อย จากนั้นอธิบายอิทธิพลของสื่อโดยชี้ให้เห็นถึงวิธีการโน้มน้าวใจที่สื่อใช้ในการชักจูงใจผู้สูงอายุ ความเสี่ยงจากการใช้สื่อจนนำไปสู่ผลกระทบด้านลบต่อผู้สูงอายุ นำเสนอองค์ประกอบของการเกิดอาชญากรรมตามทฤษฎีสามเหลี่ยมอาชญากรรมที่ผู้สูงอายุควรรู้เพื่อหลีกเลี่ยง ปิดท้ายเนื้อหาส่วนที่ 1 ด้วยแนวทางดำเนินกิจกรรมประกอบการเรียนรู้เรื่อง “สื่อและอิทธิพลของสื่อ”

เนื้อหาในส่วนที่ 2 “คาทารู้ทันสื่อ” มุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุได้เข้าใจถึงความหมายของคำสำคัญ 4 คำในคทา คือ หยุด คิด ถาม ทำ ที่สังเคราะห์มาจากองค์ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy: MIL) ซึ่งเป็นแนวคิดสากลที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ และจาก หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ที่พัฒนาโดยนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหิดล โดยอธิบายความหมายและความสำคัญของคำแต่ละคำ เป้าหมายการใช้คทา และวิธีการใช้คทา ปิดท้ายเนื้อหาแต่ละคำด้วยแนวทางดำเนินกิจกรรมประกอบการเรียนรู้ และมีคลิปวีดิทัศน์สรุปเพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น



เมื่อสิ้นสุดการอบรม วิทยากรสามารถประเมินความเข้าใจของผู้เรียนได้ด้วยคำถามท้ายเล่ม ที่ออกแบบให้ง่ายต่อความเข้าใจของผู้สูงอายุ ทั้งนี้ หลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ สามารถจัดอบรมจบภายใน 1 วัน โดยผู้สอนสามารถแทรกสถานการณ์การระหว่างช่วงกิจกรรมได้ตามที่เห็นสมควร (มีตัวอย่างกำหนดการท้ายเล่ม)

การออกแบบกิจกรรมในหลักสูตรนี้
เป็นเพียงแนวทางให้ผู้สนใจนำไปใช้
โดยสามารถปรับประยุกต์กิจกรรมต่าง ๆ
ได้ตามความเหมาะสมกับผู้เรียนในแต่ละพื้นที่



เนื้อหาส่วนที่ 1

สื่อ และ อิทธิพลของสื่อ...
เป็นส่วนสำคัญของปัญหา

สื่อ

เป็นเครื่องมือที่ผู้ส่งสารนำมาใช้ในการส่งผ่านข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งเป็นเรื่องปกติของกระบวนการสื่อสารในสังคมทั่วไป สื่อแต่ละชนิดมีธรรมชาติและคุณสมบัติที่แตกต่างกัน และความแตกต่างดังกล่าวมีอิทธิพลต่อผู้ใช้สื่อนั้น เรากำลังให้ความสนใจผู้รับสารที่เป็นผู้สูงอายุ จากการสำรวจการใช้สื่อของผู้สูงอายุในปี 2565 โดยศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์⁴ เราจึงควรทำความเข้าใจธรรมชาติของสื่อดังกล่าว



สื่อบุคคล

บางทีเราไม่ทันได้คิดว่า “คนก็เป็นสื่อ” ได้ด้วย คนที่เป็นสื่อ คือ คนที่ตั้งใจหรือมีเจตนาจะถ่ายทอดข้อมูลบางอย่างให้เรา เช่น เมื่อหมออธิบายสาเหตุของโรคและการปฏิบัติตัวให้เรา หมอก็เป็นสื่อบุคคล หรือ เมื่อพนักงานขายมานำเสนอสรรพคุณของสินค้าต่าง ๆ ให้เรา พนักงานขายก็เป็นสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคลถือเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากกว่าสื่ออื่น ๆ ไม่ว่าจะมาสื่อสารกับเราแบบตัวเป็นๆ หรือ ผ่านจอโทรทัศน์ ผ่านวิทยุ ผ่านไลน์ ผ่านยูทูบ หรือผ่านเฟซบุ๊ก เพราะว่า...

- หากได้พบหน้ากัน เราสามารถสอบถามโต้ตอบได้ทันที บุคคลสามารถแก้ไข ปรับเปลี่ยนคำพูด วิธีการ หรือให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้จนเราเข้าใจ
- ถ้าเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ได้รับการยกย่อง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ก็จะทำให้ข้อมูลที่เขาพูดน่าเชื่อถือมากขึ้นไปด้วย
- บุคคลทำให้เราคล้อยตามและทำตามได้มากที่สุด เพราะการใช้คำพูด น้ำเสียง สีหน้าท่าทาง การแสดงออกก็ไปพร้อม ๆ กัน

⁴ การสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยในปี พ.ศ. 2565, ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล



สื่อโทรทัศน์

เคยสงสัยไหมว่าทำไมผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกที่จะดูโทรทัศน์ ไม่ว่าจะดูจากเครื่องรับโทรทัศน์แบบที่เรามีกันทุกบ้าน ดูจากสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตก็ตาม ที่เป็นเช่นนี้ ก็เพราะว่า...

- โทรทัศน์จอใหญ่ ขยายสิ่งที่ตามองไม่เห็นให้เราเห็นได้ ทำให้เข้าใจและจำได้
- โทรทัศน์มีเทคนิคทำให้ทุกอย่างดู “เป็นจริง” เช่น ภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบเหมือนจริง

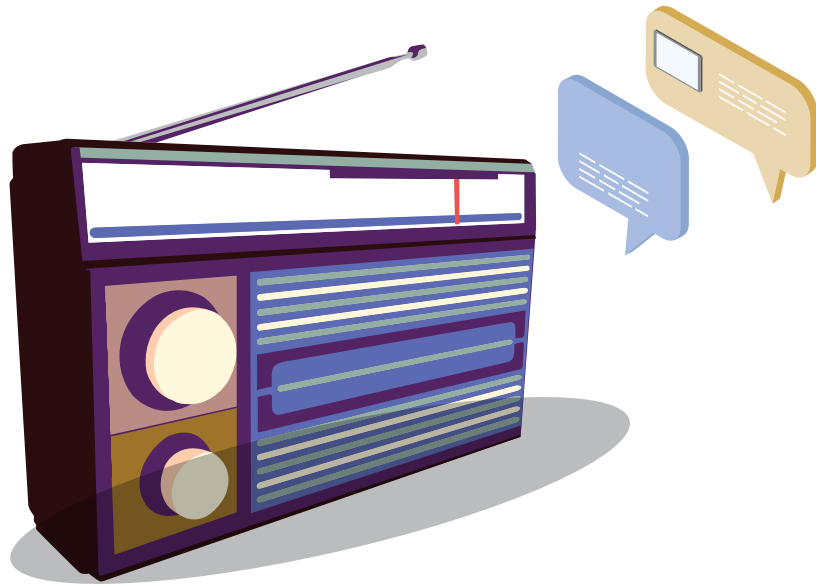




สื่อออนไลน์

เป็นสื่อที่เชื่อมต่อข้อมูลต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา ถึงแม้จะเป็นสื่อที่เข้ามาในชีวิตเราไม่นาน แต่ได้กลายเป็นสื่อที่หลากหลาย คน “ติด” มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งโปรแกรมพูดคุยอย่าง แอปพลิเคชันไลน์ (Line) และ เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นที่นิยมสูงสุดในหมู่ผู้สูงอายุ เพราะว่า...

- ใช้งานง่าย ผ่านโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
- สื่อสารโต้ตอบกันได้รวดเร็วทันที (Real Time) ทั้งแบบที่เป็นส่วนตัว และแบบสาธารณะ
- มีภาพเคลื่อนไหวเหมือนโทรทัศน์ มีเสียงเหมือนวิทยุ มีข้อความอ่านได้เหมือนหนังสือพิมพ์ และคุยกับเพื่อนได้
- ประหยัด ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม

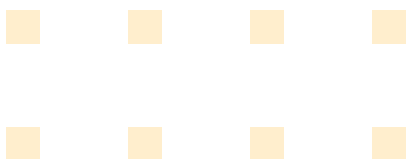


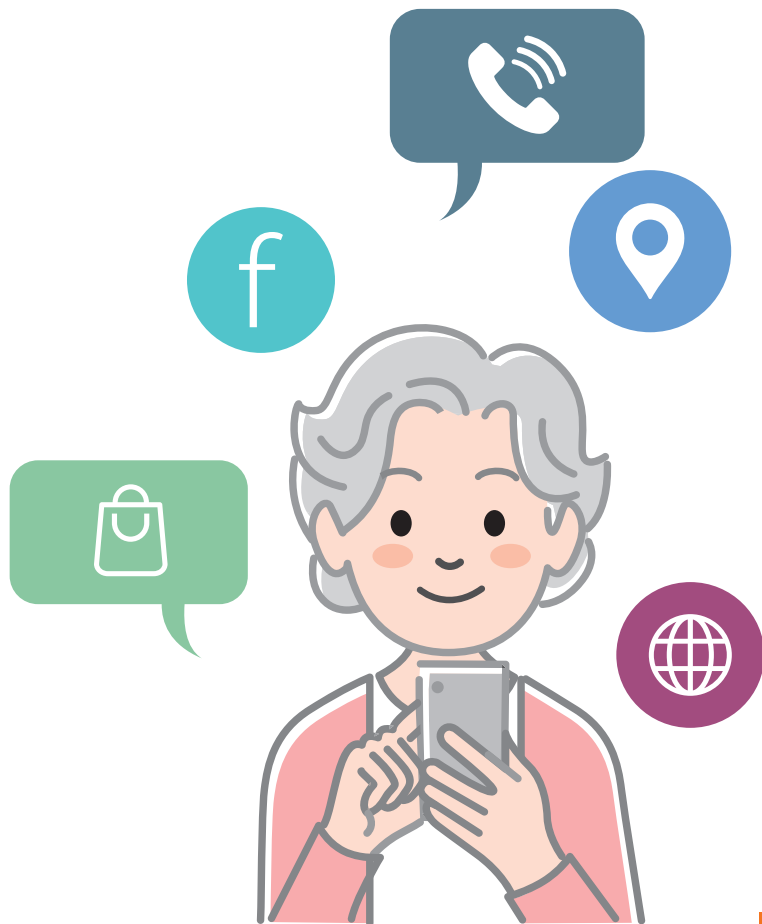
สื่อวิทยุ

เป็นอีกสื่อที่ได้รับความสนใจจากผู้สูงอายุเช่นกัน เพราะว่า...

- เปิดฟังได้ง่าย ฟังได้ทุกที่ ปัจจุบันสามารถรับฟังได้ทั่วโลก
- เครื่องรับวิทยุราคาถูกลง และมีโปรแกรมรับฟังวิทยุทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ
- มีสาระและบันเทิงให้เลือกมากมาย หลากหลาย
- ฟังด้วย ทำงานอื่นไปด้วยได้ เป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี
- ให้ความรู้สึกใกล้ชิด เป็นกันเอง ถ้าเป็นเสียงที่คุ้นเคยจะยิ่งน่าเชื่อถือ
- น้ำเสียง ลีลาในการพูดหรือเสียงประกอบ สามารถสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังได้

สรุปได้ว่า สื่อแต่ละชนิดมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่สร้างอิทธิพลต่อผู้สูงอายุ สื่อที่มีภาพและเสียงอย่างโทรทัศน์ หรือมีเพียงเสียงอย่างวิทยุสามารถเข้าถึงผู้สูงอายุได้จากตัวเครื่องรับโทรทัศน์และเครื่องรับวิทยุ และยังสามารถส่งผ่านอินเทอร์เน็ตมายังผู้สูงอายุที่นิยมใช้สื่อออนไลน์ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็สื่อประเภทใดย่อมต้องมีบุคคลเป็นส่วนประกอบอยู่ด้วยไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตข้อมูลอยู่เบื้องหลังหรือเป็นสื่อบุคคลที่เข้าหาผู้สูงอายุด้วยตัวเอง





อิทธิพลของสื่อ

“ปั่นน้ำใจเพื่อผู้ยากไร้ กุศลยิ่งใหญ่จะเกิดกับท่าน”
“ถ้าโทรมาภายใน 5 นาทีนี้ คุณจะได้รับของแถมมากมาย”
“หากไม่ดำเนินการทันที ท่านอาจมีความผิดได้”

ข้อความเหล่านี้คือการโน้มน้าวให้ผู้สูงอายุแสดงพฤติกรรมหลังจากได้รับข้อมูล พฤติกรรมที่เขาต้องการคือ การทำตามคำบอกในกรณีนี้คือ บริจาคเงินทันที หรือโทรศัพท์สั่งซื้อของทันที หรือดำเนินการตามคำสั่งทันที ดังนั้น อิทธิพลของสื่อ คือ ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้ซื้อสื่อมีพฤติกรรมหลังจากได้รับข้อมูล



การโน้มน้าวใจของสื่อบุคคล บุคคลสามารถโน้มน้าวใจผู้สูงอายุได้ด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น

- สร้างความสนใจ คือ เรียบเรียงเนื้อหาให้เกิดความสนใจ ใช้น้ำเสียง สีสันท่าทาง
- สร้างความต้องการ คือ กระตุ้นให้รู้สึกว่าการที่พูดเป็นสิ่งจำเป็นเพราะตรงกับปัญหาที่ผู้สูงอายุเผชิญอยู่
- สร้างความพึงพอใจ คือ การเสริมรายละเอียดให้เกิดการยอมรับ เช่น แสดงตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ
- สร้างภาพ คือ พูดให้ผู้สูงอายุใช้จินตนาการจนเห็นภาพ เพื่อกระตุ้นให้ตัดสินใจเชื่อและทำตาม
- สร้างพฤติกรรม คือ โน้มน้าวให้ผู้สูงอายุเปลี่ยนความเชื่อ ทศนคติ แล้วลงมือทำตาม เช่น การชวนให้ซื้อสินค้า ชวนให้ไปร่วมกิจกรรม เป็นต้น

บุคคลยังสามารถแสดงท่าทางโดยไม่ใช้คำพูด รวมถึงการใช้บรรยากาศสภาพแวดล้อม เพื่อโน้มน้าวใจผู้สูงอายุ เช่น

- ใช้การแสดงออกทางสีหน้า เช่น ชิงช้า จริงจ้ง ให้รู้สึกน่าเชื่อถือ
- ใช้การแสดงออกทางสายตา เช่น สายตาแววอน เชิญชวนให้สนใจและสงสาร
- ใช้การเคลื่อนไหวร่างกาย เช่น กวักมือเรียก เดินเข้ามาหา
- ใช้น้ำเสียง เช่น ใช้เสียงดังเพื่อเรียกความสนใจ
- ใช้การสัมผัส เช่น การเข้าไปจับแขน ดึงเข้ามาให้ดูสินค้า
- ใช้พื้นที่และความใกล้ชิด เช่น การเข้าไปนั่งข้าง ๆ เพื่อนำเสนอข้อมูล
- ใช้ช่วงเวลา เช่น โน้มน้าวให้ซื้อเครื่องทำน้ำอุ่นในฤดูหนาว ซื้อเครื่องปรับอากาศในฤดูร้อน หลอกให้โอนภาษีในช่วงชำระภาษีที่ดิน หลอกให้จองห้องพักในช่วงเทศกาล





การใช้สื่อเพื่อโน้มน้าวใจ ผู้สูงอายุและคนทั่วไปมักไม่ได้รู้เห็นกระบวนการเบื้องหลังการผลิตภาพและเสียงที่มีความซับซ้อน จึงมักจะมองข้าม และถูกโน้มน้าวได้โดยไม่ตั้งข้อสงสัย นอกจากนี้ เทคโนโลยีในปัจจุบันถูกพัฒนาให้เป็นมิตรกับผู้ใช้งาน (User Friendly) อย่างมาก ทำให้คนทั่วไปที่มีความสนใจสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น เอไอ (AI - Artificial Intelligence) ในการสร้างภาพ เสียง เนื้อหาข้อความ ด้วยตนเองได้เหมือนจริงจนแยกไม่ออกว่าเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยี (ดาวน์โหลดคลิปตัวอย่างได้จาก คิวอาร์โค้ดในภาคผนวก)



ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุ

ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุที่ไม่รู้เท่าทันการโน้มน้าวใจของสื่อล้าวนเป็นผลกระทบทางลบ ที่ทำให้ผู้สูงอายุต้องเสียเงิน เสียสุขภาพ เสียใจ หรืออาจร้ายแรงถึงขั้นเสียชีวิต การที่สื่อมีอิทธิพลมากมายดังที่กล่าวไปข้างต้น ทำให้ผู้สูงอายุมี “ความเสี่ยง” ที่เกิดจากการไม่รู้เท่าทันสื่อ เพราะสื่อมีเทคนิควิธีการผสมผสานเอาสื่อบุคคลไปปรากฏในสื่ออื่น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นภาพเป็นเสียงโดยใช้เทคนิคการตัดต่อให้น่าเชื่อถือ ตามรายงานการวิจัยของ พนม คลีฉายา⁵ ผู้สูงอายุมีความเสี่ยงจากการใช้สื่อในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

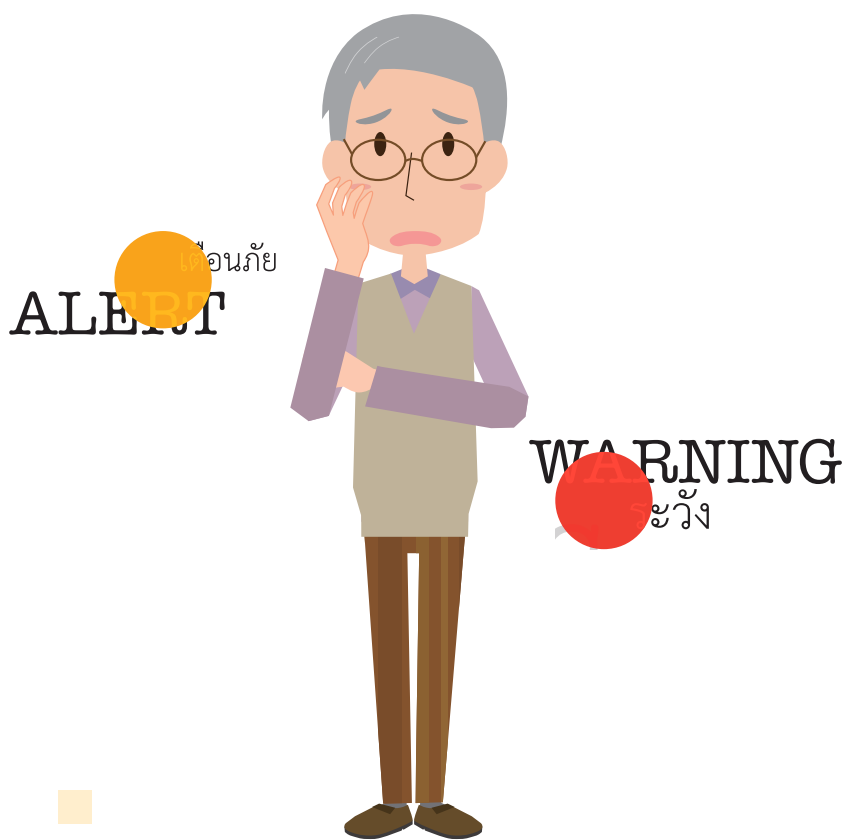


1. ความเสี่ยงจากการถูกหลอกลวงจากคนแปลกหน้าทางไลน์หรือเฟซบุ๊ก
2. ความเสี่ยงที่มาจากข่าวปลอม
3. ความเสี่ยงที่มาจากโฆษณาที่อวดอ้างสรรพคุณที่เกินจริง
4. ความเสี่ยงที่มาจาก ดูดวง ใ้หวย และการเสี่ยงโชค
5. ความเสี่ยงจากการถูกหลอกให้โอนเงิน
6. ความเสี่ยงจากการถูกขโมยข้อมูลบัญชีผู้ใช้งาน
7. ความเสี่ยงจากสื่อลามก
8. ความเสี่ยงจากคลิปภาพหรือคำพูดที่แสดงความรุนแรงเร้าใจชวนติดตาม
9. ความเสี่ยงที่เกิดจากไวรัสคอมพิวเตอร์

⁵ พนม คลีฉายา. (2556). ความต้องการข่าวสาร การใช้สื่อ และนิสัยการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทย. วารสารนิเทศศาสตร์, 31(2), 1-26.

จากความเสี่ยงที่กล่าวไปข้างต้น นำมาซึ่งผลกระทบที่ล้วนเป็นความเสียหายอันได้แก่ เสียเงิน เสียความรู้สึก เสียใจ เสียสุขภาพ หรือบางกรณีอาจถึงขั้นเสียชีวิตได้

นอกจากนี้ ยังมีสถิติการรับแจ้งความคดีการหลอกลวงทางออนไลน์⁶ ในรอบมีนาคม 2565 - พฤษภาคม 2566 มีจำนวนเกือบ 300,000 คดี มูลค่าความเสียหายเกือบ 40,000 ล้านบาท เป็นคดีหลอกซื้อสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องหลอกให้โอนเงิน และหลอกให้กู้เงิน ตามลำดับ



⁶ กองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี

สามเหลี่ยมอาชญากรรม Crime Triangle Theory



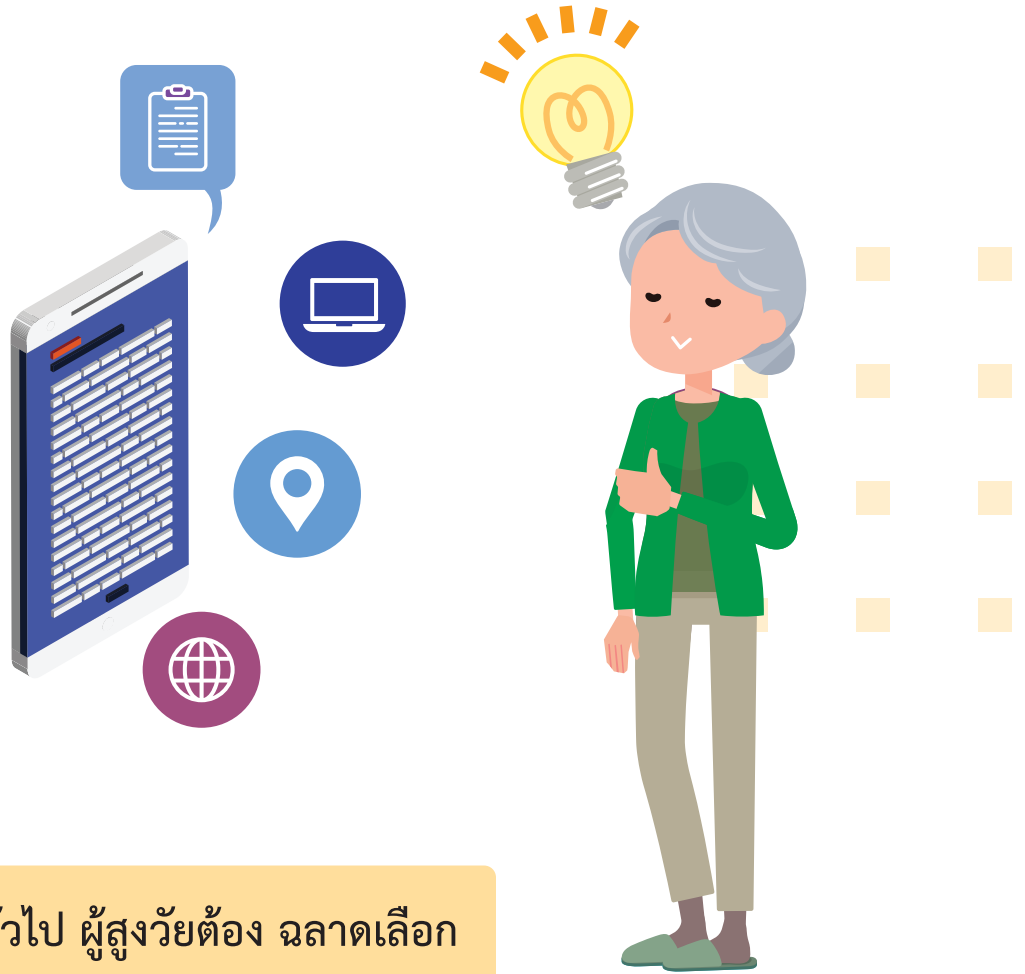
ทฤษฎีสามเหลี่ยมอาชญากรรม

การใช้สื่อเพื่อหลอกลวง ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลหรือสื่อออนไลน์ถือเป็นการกระทำความผิดหรืออาชญากรรม ซึ่งหากเราต้องการป้องกันไม่ให้อาชญากรรมเช่นนั้นเกิดขึ้น เราควรเข้าใจองค์ประกอบของการเกิดอาชญากรรมจากทฤษฎีสามเหลี่ยมอาชญากรรม ซึ่งประกอบด้วย 1) ผู้ร้าย หรือ ผู้ก่อเหตุ 2)เหยื่อ หรือ เป้าหมาย 3) โอกาส ทั้งนี้ การกระทำความผิดจะสำเร็จได้ต้องมีองค์ประกอบครบทั้งสามอย่าง⁷ ดังนั้น เมื่อมี**คนร้าย**ตั้งใจจะหลอกเอาประโยชน์จากเราให้ได้ เราควรป้องกันตัวเอง**ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อ** และพยายาม**ไม่เปิดโอกาส**ที่จะทำให้เกิดอาชญากรรมได้

⁷ กองบัญชาการตำรวจนครบาล, (2558). “การป้องกันอาชญากรรมเชิงรุกโดยทฤษฎีสามเหลี่ยมอาชญากรรม”

สื่อและอิทธิพลของสื่อ คือโจทย์ใหญ่ที่ผู้สูงวัยต้องรู้เท่าทัน เพราะสื่อก็ทำหน้าที่ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวชักจูงให้ผู้คนมีพฤติกรรมต่าง ๆ เป็นพลวัตความเคลื่อนไหวของสังคมปกติ แต่หากผู้สูงวัยไม่รู้เท่าทันก็อาจตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดีที่ใช้สื่อมาโน้มน้าวให้เราต้องทำอะไรที่ไม่เป็นประโยชน์และอาจเกิดโทษกับตัวเราเองในที่สุด





สื่อดี มีอยู่ทั่วไป ผู้สูงวัยต้อง ฉลาดเลือก

สื่อที่มีอยู่มากมายไม่ว่าจะเป็นสื่อเก่าหรือสื่อสังคมออนไลน์ยังให้ข้อมูลที่เป็นความรู้ และมีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการดูแลสุขภาพ การจัดการเรื่องที่อยู่อาศัย ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ความเคลื่อนไหวในสังคมและในโลกที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

การรู้เท่าทันสื่อเป็นการเตรียมตัวผู้สูงอายุให้เป็นผู้ที่ฉลาดเลือกใช้สื่ออย่างมีสติ เป็นเสมือนภูมิคุ้มกันการสื่อสารทุกรูปแบบ โดยต้องใช้วิจารณญาณในการพิจารณาข้อมูลก่อนตัดสินใจ เพื่อไม่ตกเป็นเหยื่อของการโน้มน้าวชักจูงให้เสียทรัพย์โดยไม่จำเป็น เสียสุขภาพจากสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพ หรือเสียชีวิตจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ การรู้เท่าทันสื่อทำให้สามารถพิจารณาข้อมูลที่ได้รับได้อย่างมีเหตุผล หากข้อมูลที่ได้รับเป็นประโยชน์ สามารถส่งต่อเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคลอื่น คนรอบข้าง หรือสังคมได้อีกมากมาย นับเป็นวิถีของผู้สูงวัยยุคใหม่ (New Normal) อย่างแท้จริง

กิจกรรม

ปีนประสบการณ์

ช่วงที่ 1 การรับบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัย

1. เตรียมกล่องรับบริจาค (ปลอม) ไว้ที่โต๊ะ ข้างโต๊ะลงทะเบียน
2. เตรียมใบอนุโมทนาบัตร (ปลอม)
3. เตรียมปากกา
4. เจ้าหน้าที่ประจำจุดรับบริจาค เชิญชวนให้ผู้สูงอายุที่ลงทะเบียนเข้าอบรมแล้วมาร่วมบริจาค โดยอาจแต่งเรื่องราวโน้มน้าวใจ อาจมีภาพพื้นที่ประสบภัยมาประกอบ
5. เจ้าหน้าที่เชิญชวนให้ผู้สูงอายุเขียนจำนวนเงินที่ต้องการบริจาคตามกำลังศรัทธา แล้วใส่ลงกล่อง (ห้ามใส่เงินจริง) และย้ำให้ทุกคนได้ยินว่า “หากไม่สะดวกยังไม่ต้องบริจาค”
6. เมื่อเสร็จสิ้นการลงทะเบียนแล้ว ให้ปิดรับบริจาคและเก็บกล่องไปไว้หน้าห้องเรียน ให้ทุกคนมองเห็นได้
7. เฉลยกิจกรรมนี้ในกิจกรรม “หยุด..ดูอารมณ์ตนเอง”



ช่วงที่ 2 เรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์

1. เปิดคลิปที่แสดงถึงการใช้เทคโนโลยีสร้างข้อมูลเท็จ เป็นภาพเหมือนบุคคลต่าง ๆ (ดาวนโหลดตัวอย่างได้จากคิวอาร์โค้ดในภาคผนวก)
2. ชวนคิดชวนคุยเรื่องสื่อและอิทธิพลของสื่อที่ทำให้หลงเชื่อได้
3. แบ่งกลุ่มย่อยให้มีสมาชิก 5-6 คนต่อ 1 กลุ่ม
4. สมาชิกในกลุ่มแบ่งปันประสบการณ์กัน (10 นาที)
5. แต่ละกลุ่มเลือกประสบการณ์ในกลุ่มแบ่งปันให้ห้องเรียน อย่างน้อย 1 เรื่อง
6. วิทยากรเสริมเรื่องที่เป็นความสนใจอยู่ในปัจจุบัน เช่น แก๊งคอลเซ็นเตอร์ หลอกกรักออนไลน์ การส่งข้อความหลอกให้คลิกลิงก์ เป็นต้น
7. วิทยากรสรุปเรื่อง สื่อและอิทธิพลของสื่อ หากไม่รู้เท่าทันจะทำให้เกิดความเสียหาย ในช่วงต่อไปจะแนะนำวิธีป้องกัน

สื่อแต่ละชนิดมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่สร้างอิทธิพลต่อผู้สูงอายุ
สื่อบุคคลมีอิทธิพลมากกว่าสื่ออื่น ๆ
เพราะสามารถโน้มน้าวให้ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมหลังจากได้รับข้อมูล
ทำให้ผู้สูงอายุมี “ความเสียว” หากไม่รู้เท่าทันสื่อ
เพราะสื่อมีเทคนิควิธีการผสมผสานเอาสื่อบุคคลไปปรากฏในสื่ออื่น
โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นภาพเป็นเสียงโดยใช้เทคนิคการตัดต่อ
ให้นำเชื่อถือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นล้วนเป็นความเสียหาย ทั้งเสียเงิน
เสียความรู้สึก เสียใจ เสียสุขภาพ หรือบางกรณีอาจถึงขั้นเสียชีวิตได้

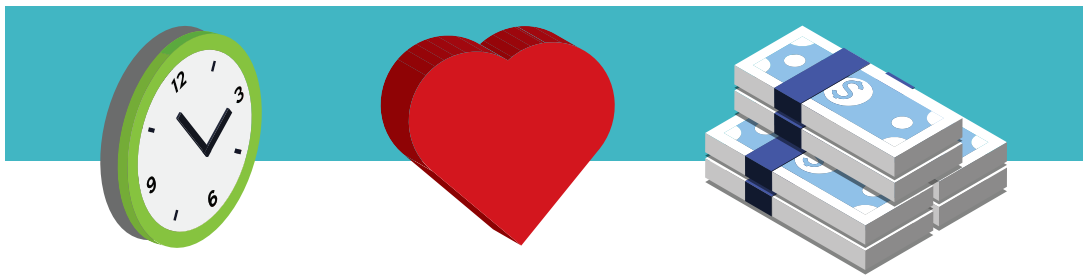


เนื้อหาส่วนที่ 2

คาถารู้ทันสื่อ... คือวิธีแก้ปัญหา

“พร้อม”

เพราะมี 3 สิ่งสำคัญ



มีเวลา

เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่ ทำงานประจำน้อยลง ทำให้มีเวลาว่างมากขึ้น สามารถรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้มากขึ้น

มีใจ

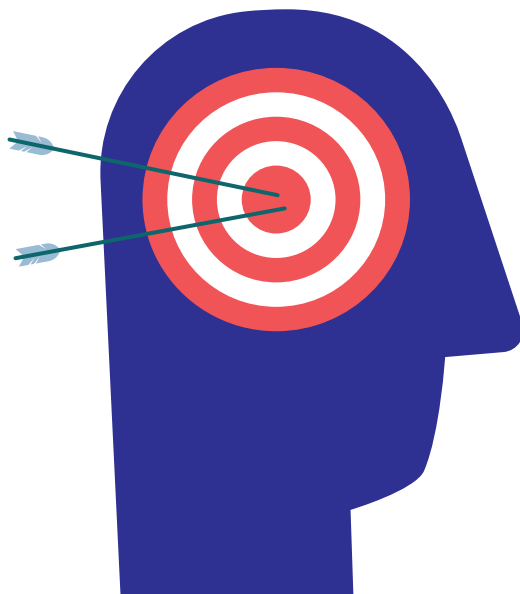
เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นผู้มีประสบการณ์ ผ่านเรื่องราวหลากหลายในชีวิตมายาวนาน จึงมีความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ที่ประสบปัญหา พร้อมช่วยเหลือในสิ่งที่พอช่วยได้

มีเงิน

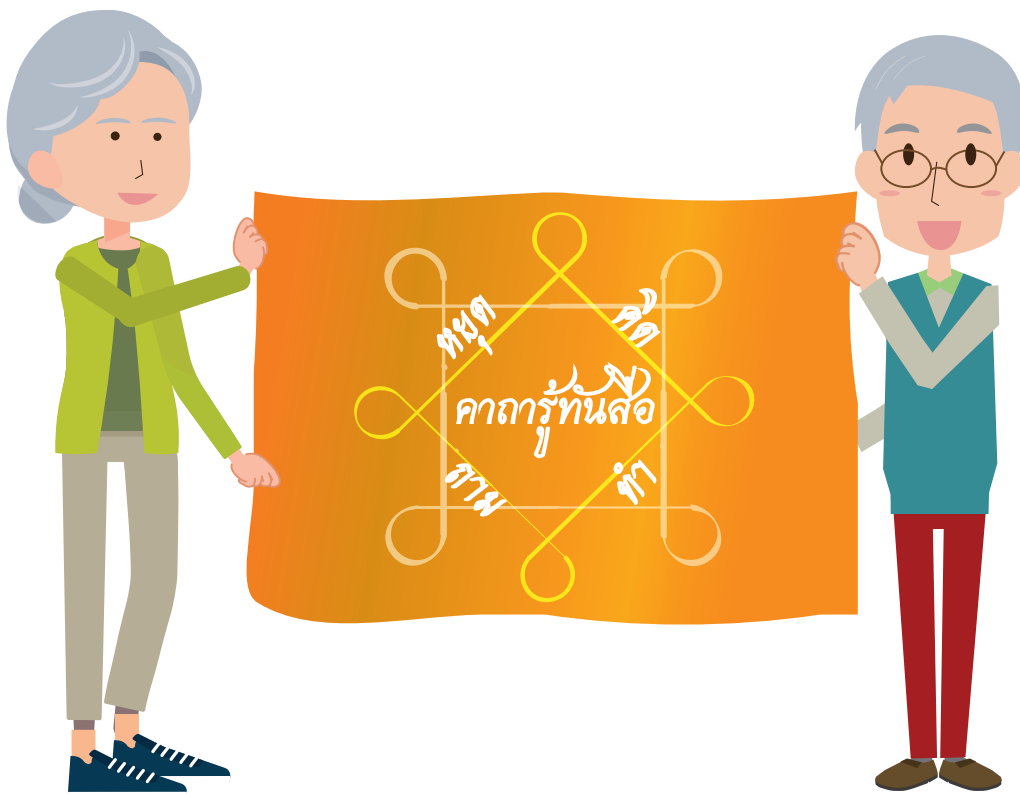
ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีทรัพย์สินที่เก็บออมจากการทำงาน หรือได้รับเงินสนับสนุนจากครอบครัว หรือแม้แต่จากภาครัฐ

จากความพร้อมดังกล่าว ทำให้ผู้สูงอายุเป็น “เป้าหมาย” ของการสื่อสารการตลาด เพราะในปัจจุบัน ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพในการใช้สินค้าและบริการ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากการทำงานไปสู่ชีวิตหลังเกษียณ เป็นผู้ที่ยังมีทั้งเงินกำลัง และเวลา ทำให้นักการตลาดต่างเร่งศึกษาคุณลักษณะของผู้สูงอายุเพื่อทำความเข้าใจวิธีการใช้ชีวิต และพยายามหาช่องทางเข้าถึงและดึงดูดความสนใจของผู้สูงอายุด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดจากความสูงอายุ เช่น เรื่องสุขภาพ อาจนำไปสู่การถูกลอกขายสินค้าบำรุงสุขภาพที่ไม่ได้รับการรับรอง ขยายอุปกรณ์ช่วยเหลือที่ไม่ได้มาตรฐาน เรื่องความเหงา อาจนำไปสู่การถูกลอกให้หลงเชื่อ หลงรัก หลงเอ็นดู และหลอกเอาทรัพย์สินเงินทอง เป็นต้น

ผู้สูงอายุในสังคมไทยยังเป็น “เป้าหมาย” ของการชักจูงทางความคิดและความเชื่อ โดยมองว่าหากชักจูงให้ผู้สูงอายุเชื่อในความคิดใดได้จะมีอิทธิพลให้ผู้คนใกล้ตัวของผู้สูงอายุ คล้อยตามได้ด้วย ดังนั้น ผู้ที่จ้องหาผลประโยชน์จากความเชื่อของผู้สูงอายุก็นำมาใช้การสื่อสารทุกรูปแบบในการชักจูงความคิดและความเชื่อของผู้สูงอายุ ข้อมูลมากมายส่งผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อเก่าอย่างโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ สื่อใหม่อย่างสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ รวมถึงสื่อบุคคลที่ยังมีอิทธิพลในการโน้มน้าวชักจูงให้ผู้สูงอายุหันมาใช้สินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี



การมีคาถารัฐันสื่อไว้ป้องกันหรือเตือนสติ จึงเป็นกุศโลบายที่น่าสนใจสำหรับผู้สูงอายุ เพราะคาถา คือ ข้อความสำคัญที่ต้องท่องจำให้ขึ้นใจ ใช้คาถาเมื่อเกิดความวิตกกังวล กลัวว่า จะไม่ปลอดภัยจากสิ่งต่าง ๆ ใช้คาถาบ่อย ๆ จะกลายเป็นความเคยชิน ช่วยปกป้องจากความ กังวลได้โดยอัตโนมัติ



“หยุด”

ยับยั้ง ตั้งสติ ดูแลอารมณ์ตัวเอง

“คิด”

จำเป็นใหม่ คิดถึงประโยชน์และโทษ

“ถาม”

หาข้อมูลเพิ่มเติมให้หลากหลาย

“ทำ”

อย่างรู้เท่าทัน และรับผิดชอบ



หยุด

“หยุดอะไรก็ไม่ยาก
เท่ากับหยุดความอยากของตัวเอง
เมื่อหูได้ยิน ตาเหลือบไปเห็น มือได้ลูบคลำ
จะไม่ให้อยากได้อย่างไร”

ความต้องการ หรือ “ความอยาก” ที่ไม่มีวันสิ้นสุด เป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนในโลกนี้ เพียงแต่ความสามารถในการตอบสนองความอยากของแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไปตามกำลังกายและกำลังทรัพย์ที่มี แต่เมื่อพิจารณาว่า “ความอยากได้ อยากมี อยากเป็น” เกิดขึ้นได้อย่างไร ก็พบว่าเกิดจากการกระตุ้นของสิ่งที่พบเจอในชีวิตประจำวัน ทั้งที่มาแบบตั้งใจและไม่ตั้งใจ ทั้งแบบตัวเป็น ๆ ที่เราสามารถพูดจาโต้ตอบได้ต่อหน้า และมาในสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่เราเปิดรับ ซึ่งก็เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตในปัจจุบันที่เราหลีกเลี่ยงได้บ้าง ไม่ได้บ้าง ...เมื่อรู้เช่นนี้ เราจะหาทางยับยั้งการตอบสนองต่อความอยากแบบอัตโนมัติได้อย่างไรบ้าง



ในบทนี้เราจะมาทำความเข้าใจและเรียนรู้วิธีการ “หยุด” ตัวเอง ก่อนที่จะตัดสินใจทำอะไรตามความอยากโดยทันที เพราะแท้ที่จริงแล้วความอยากก็เป็นเพียงแค่ความต้องการ ไม่ใช่ความจำเป็น



STOP



หยุด

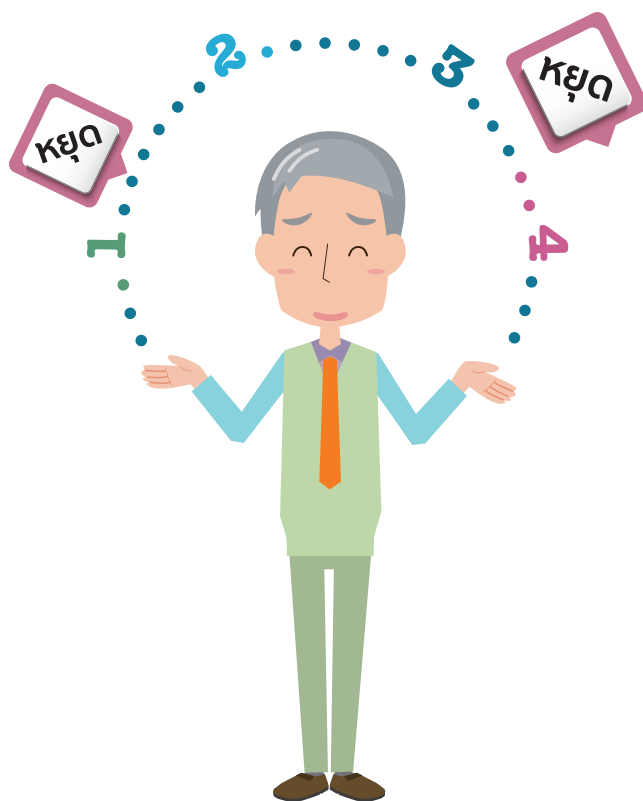
คืออะไร สำคัญอย่างไร

การหยุด คือ การยับยั้งตนเองไม่ให้เกิดกระทำใด ๆ เมื่อได้รับรู้ได้ฟังข้อมูล หรือได้เห็นสิ่งที่สื่อนำเสนอ ด้วยการ “หยุด” เพื่อจับอารมณ์ของตนเองให้ได้ เพื่อให้เวลาและโอกาสตนเองในการคิดพิจารณาให้แน่ใจจริง ๆ ว่าต้องการจะทำอะไร อย่างไร การหยุดจึงต้องอาศัยการมีสติ รู้ตัวว่าเรากำลังถูกกระตุ้นให้เกิดอารมณ์อะไร หรือให้ทำอะไร ซึ่งจะต้องอาศัยการฝึกฝนให้รู้เท่าทันอารมณ์ของตนเอง การฝึกทักษะให้เราสามารถ “หยุด” ทำตามอารมณ์ความรู้สึกที่ถูกกระตุ้นจากการเปิดรับสื่อคือ ความพยายามในการยับยั้งตนเองไม่ให้ทำตามสัญชาตญาณของสมองที่อยากทำ อยากได้ อยากซื้อ อยากลงทุน อยากช่วยเหลือ โดยที่ยังไม่ได้ผ่านกระบวนการคิดพิจารณาอย่างรอบคอบ

หยุด เพื่ออะไร

การหยุด เป็นทักษะที่มีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตในทุกด้าน เนื่องจากในแต่ละวัน เราต้องเผชิญกับเหตุการณ์หรือข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ที่มากระทบอารมณ์ความรู้สึกเราอยู่ตลอดเวลา ทั้งที่ทำให้สุข ทุกข์ ดีใจ เสียใจ ตื่นเต้น เหียวเฉา และเมื่อเกิดความรู้สึกเหล่านี้เราก็มักจะแสดงออกตามที่เรารู้สึก เมื่อเราเข้าใจกลไกการทำงานภายในเช่นนี้ การหยุดจึงเป็นเสมือนการ “ปิด” การรับรู้ชั่วคราวเพื่อใช้สมองกับความคิดที่มีเหตุผล เรียนรู้ สะดุดคิดในเรื่องอิทธิพลและเจตนาของสื่อ ก่อนที่จะตัดสินใจทำอะไรใด ซึ่งหากเราทำได้ก็จะทำให้ทุก ๆ การตัดสินใจ ทุก ๆ การกระทำของเรา เกิดมาจากกระบวนการคิดพิจารณา มาอย่างรอบด้านแล้ว จะทำให้เราไม่ต้องมาเสียใจ เสียตาย เสียโอกาส ในภายหลัง ดังคำพูดที่มักจะได้ยินว่า “รู้้งี้ ไม่ทำดีกว่า” “พลาดไปแล้ว ไม่น่าเลย” หรือ “เสียตายจ้ง ไม่เห็นเหมือนกับที่โฆษณาเลย” ดังนั้น **หยุด** จึงมีความสำคัญอย่างมากในการรู้ทันสื่อ





หยุด ในขั้นตอนไหน

หยุด เป็นขั้นตอนแรกที่ต้องฝึกให้ได้เมื่อได้รับข้อมูลจากสื่อ ไม่ว่าจะเป็นเมื่อชมรายการขายของทางโทรทัศน์ เมื่อมีคนมาชักชวนให้ทำบุญหรือลงทุน เมื่อฟังคนดั่งวิเคราะห์ข่าว เมื่อมีคนส่งไลน์ให้กดลิงก์ เมื่อมีคนใช้วิดีโอคอลบอกว่าเป็นการตรวจติดต่อมา เป็นต้น เป็นการเอาตัวเองออกจากสิ่งที่รับรู้ชั่วคราว ไม่ให้ไหลไปตามสิ่งที่ได้รับรู้ โดยที่บางทีเราก็ไม่ค่อยเข้าใจ หรือไม่แน่ใจจริง ๆ ซึ่งก็ไม่ใช่ว่าเรื่องแปลกสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากพออายุมากขึ้น สมอองเราก็จะทำงานประมวลผลข้อมูลช้าลง ทำให้ต้องใช้เวลาทำความเข้าใจสิ่งใหม่ ๆ นานขึ้น (Wolfson, Cavanagh & Kraiger, 2014)

หยุด ดูอารมณ์ตัวเองทันทีเมื่อได้รับสื่อ อารมณ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ได้แก่ รัก โลภ และ กลัว ในปัจจุบัน นักการตลาดยังได้ใช้กลไกการทำงานของสมองส่วนที่กระตุ้นการตัดสินใจด้วยอารมณ์ความรู้สึกมาเป็นข้อมูลในการคิดเทคนิคการตลาดที่กระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว เนื่องจากการที่คนเราตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ 95% จะเกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึกที่ใช้อารมณ์ความรู้สึกและเป็นไปอย่างรวดเร็ว (The Growth Master, 2020) เช่น “ลงทุนวันนี้เพื่ออนาคตที่ดีของลูกหลาน” เป็นการเล่นกับความรัก “โทรมาภายใน 5 นาทีจะได้ของแถม” เป็นการเล่นกับความโลภ “หากไม่ทำตามท่านจะมีความผิดไปด้วย” เป็นการเล่นกับความกลัว เป็นต้น

หยุด

อย่างไร

หยุด ทำได้ไม่ยากเลย เพียงแค่ใช้เทคนิคการถ่วงเวลา แต่จะถ่วงเวลาอย่างไร จะต้องเหมาะสมกับประเภทของสื่อที่เปิดรับ โดยแยกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สื่อที่เราโต้ตอบได้ทันทีทันใด (เช่น บุคคล หรือแอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊ก)

เราถ่วงเวลาได้ ด้วยการ...

- รับฟัง หรืออ่านข้อมูลอย่างเดียว ไม่กดไลก์ ไม่พิมพ์ตอบ ไม่ส่งต่อโดยทันที
- หากจำเป็นต้องตอบกลับ อาจบอกว่าขอเวลาคิดให้รอบคอบ อีกหน่อย ขอปรึกษาครอบครัวก่อน

2. สื่อที่เราโต้ตอบไม่ได้ในทันที (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์)

เราถ่วงเวลาได้ ด้วยการ...

- ทิ้งช่วงเวลา โดยอาจไปทำอย่างอื่นก่อน
- เปลี่ยนช่อง หรือเลื่อนผ่านข้อมูลนั้นไปก่อน
- เดินผ่านจุดที่ขายสินค้าหรือบริการไปก่อน
- ไม่หยุดฟังพนักงานขาย/ พนักงานเชียร์

นอกจากเทคนิคเหล่านี้ ผู้สูงอายุต้องปรับจากภายในด้วย นั่นคือ ไม่เกรงใจพนักงานขาย/คนแปลกหน้าที่พยายามโน้มน้าว ไม่หวังว่าจะได้ของดี/ของแถมที่มีคุณภาพในราคาถูกเกินจริง ไม่คิดว่าลงทุนนิดหน่อยแต่จะได้กำไรมหาศาล ไม่สนใจกับเรื่องที่ไม่จำเป็นสำหรับชีวิต ไม่ตื่นตกใจง่ายกับคำพูดเชิงข่มขู่หรือข่มขวัญ และสำคัญที่สุด มีสติ จับสภาวะจิตที่กำลังเคลิ้มไหลไปกับอารมณ์ รัก โลภ หรือกลัว ตามที่สื่อนำเสนอได้... “ถ้ารู้ทันตนเอง ก็ารู้ทันสื่อ”

กิจกรรม

หยุด..ดูอารมณ์ตนเอง

(20 นาที)

1. นำกล่องรับบริจาคมาหน้าห้อง
2. กล่าวขอโทษ และเฉลยว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้
3. ชวนคิดชวนคุยด้วยคำถาม “ทำไมจึงบริจาค” ในประเด็นต่อไปนี้
 - สิ่งใดโน้มน้าวได้มากที่สุด เช่น คนชวน การทำบุญ ภาพ-เรื่องราวเหตุการณ์ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน ฯลฯ
 - อารมณ์ตอนที่ถูกชักชวน
 - ความรู้สึกเมื่อได้ยินว่า “ถ้าไม่สะดวกก็ไม่ต้องบริจาค”
4. ทำลายใบอนุโมทนาบัตรปลอม พร้อมขอภัยอีกครั้ง
5. วิทยากรอธิบาย “หยุด”
6. เปิดคลิปสรุป “หยุด” (ดาวนโหลดได้จากคิวอาร์โค้ดในภาคผนวก)





หยุด คือ การยับยั้งตนเองไม่ให้เกิดกระทำใด ๆ
เมื่อได้รับรู้ ได้ฟังข้อมูล หรือได้เห็นสิ่งที่สื่อนำเสนอ
การหยุดต้องอาศัยการมีสติ รู้ตัวว่าเรากำลังถูกกระตุ้นให้เกิดอารมณ์อะไร
หรือให้ทำอะไร ซึ่งจะต้องอาศัยการฝึกฝน
ไม่สนใจกับเรื่องที่ไม่จำเป็นสำหรับชีวิต
ไม่ตื่นตกใจง่ายกับคำพูดเชิงข่มขู่หรือข่มขวัญ
มีสติ จับสภาวะจิตที่กำลังเคลิ้มไหลไปกับอารมณ์ รัก โลก หรือกลัว
ตามที่สื่อนำเสนอได้ ...ถ้ารู้ทันตนเอง ก็ารู้ทันสื่อ



ในชีวิตประจำวันของแต่ละคน มีเรื่องที่ต้องคิดมากมายหลายเรื่อง นอกจากเรื่องงาน เรื่องครอบครัว เรื่องเพื่อน ยังมีสิ่งที่ต้องคิดเมื่อได้พบเห็นข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตอนไปเดินซื้อของตามห้างสรรพสินค้า “อ๊วย กระดาษ ชื้อ 2 แกรม 1... คุ่มดีจัง ชื้อดีไหมนะ” หรือจะเป็นตอนนั่งดูโฆษณาทีวีอยู่ที่บ้าน “มือถือรุ่นใหม่ล่าสุด ถ่ายภาพคมชัด ชุมได้ 100 เท่า... อยากได้จังเลย” หรือแม้กระทั่งนั่งเล่นโทรศัพท์มือถืออยู่ที่บ้านของตนแล้วได้รับข้อความทางไลน์ “แจ้งข่าว! ผู้สูงอายุมีความจำเป็นต้องฉีดวัคซีนเพิ่มภายในสิ้นปีนี้ เอ ชาวจริงไหมนะ” จากตัวอย่างที่กล่าวมาเพียงเล็กน้อยนี้ก็แสดงให้เห็นแล้วว่า ในทุก ๆ วันมีข้อมูลมากมายส่งมาถึงเราตลอดเวลาหลังจากที่เรา “หยุด” หรือตั้งสติต่อสิ่งเหล่านี้ได้แล้ว สิ่งที่เราต้องทำต่อไปคือ “คิด” แต่ต้องคิดอย่างไรถึงจะรู้เท่าทันสื่อกันนะ

คิด

คืออะไร

หากกล่าวถึงความหมายของการคิดง่าย ๆ ก็คือ การพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลที่รับมา เป็นการใช้ปัญญาของตนเองรวมกับการนำความรู้ใหม่ ๆ ที่ได้รับ ผสมเข้ากับความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมที่มีอยู่แล้ว มาทำความเข้าใจ เพื่อค้นหาคำตอบหรือความหมายของสิ่งนั้น ว่าคืออะไร หรือเพื่อสร้างเป็นความคิด ที่จะนำไปสู่การตัดสินใจในเรื่องนั้น ๆ (Beyer, 1987; Dewey, 1991)



คิด

เพื่ออะไร

ถ้าซื้อไปแล้วจะดีหรือร้อนไหม ถ้าทำตามแล้วจะเป็นอย่างไร ถ้าเชื่อแล้วจะเกิดอะไรขึ้น เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้สูงอายุควรคิดก่อนตัดสินใจ เราคิดเพื่อให้มีการทบทวนความต้องการที่แท้จริง ของตัวเอง ทบทวนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับข้อมูลที่เปิดรับ เพื่อการตัดสินใจที่ รอบคอบขึ้น ไม่ด่วนตอบสนองต่อสื่อที่ได้รับในทันที หากคนแต่ละคนคิดดี คิดถูกต้อง คิด เหมาะสม การดำเนินชีวิตของคนและความเป็นไปของการอยู่ร่วมกันในสังคมก็จะดำเนินไป อย่างมีคุณค่า



คิด ในขั้นตอนไหน

หลังจากได้รับข้อมูลใด ๆ เราต้องหยุดเพื่อตั้งสติดูอารมณ์ตัวเอง จากนั้นจึง “คิด” ทบทวนความต้องการของตัวเองว่าสิ่งนั้นเป็นความจำเป็น หรือ เป็นเพียงความอยาก ทำความรู้จักธรรมชาติและอิทธิพลของสื่อที่เลือกเปิดรับ เช่น เมื่อเลือกเปิดรับข้อมูลจากรายการขายสินค้าทางโทรทัศน์ เราต้อง “คิด” ว่าภาพสินค้าที่นำมาแสดงเป็นการแต่งภาพให้ดูดี ดูใหญ่ ด้วยธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์ที่สามารถใช้กล้องขยายภาพให้ใหญ่ขึ้น หรือการจัดแสงส่องไปที่สินค้าให้ดูเด่นขึ้น เราต้อง “คิด” ว่าโทรทัศน์เสนอภาพสินค้าที่น่าดูและใช้ดารามาพูดให้เชื่อตามอีกด้วย และ ตามด้วยการ “คิด” ว่าหากเราตัดสินใจซื้อ จะใช้เงินจากส่วนไหน มีใครต้องเดือดร้อนหรือไม่สบายใจหรือไม่

ข้อมูลที่ไม่คุ้นเคย จากสื่อบุคคลที่ไม่คุ้นเคย ยิ่งทำให้เราต้อง “คิด” ถึงประโยชน์และโทษที่จะเกิดขึ้น การคิดวิเคราะห์จะเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่ขั้นการถาม เมื่อได้คิดจะทำให้เห็นช่องโหว่ของความรู้และข้อมูลที่ได้รับ ซึ่งต้องเติมเต็มด้วยการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม หากไม่คิด คำถามจะไม่เกิดขึ้น หรือเกิดขึ้นน้อยมาก ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจอย่างไม่เหมาะสม สุ่มเสี่ยง เกิดผลลบต่อตนเอง และขาดความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมที่ข้อมูลข่าวสารมีความซับซ้อนขึ้นทุกวัน การคิด วิเคราะห์ และไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจจึงเป็นเรื่องสำคัญของผู้คนในปัจจุบัน

คิด

ทำอะไร

ทักษะสำคัญหนึ่งที่ควรมีและฝึกฝนให้ชำนาญ คือ **การคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking)** ซึ่งเป็นหนึ่งในทักษะสำคัญของการรู้เท่าทันสื่ออีกด้วย คิดอย่างมีวิจารณญาณ คือ **คิดอย่างมีเหตุผลและถี่ถ้วน** โดยใช้หลักในการวิเคราะห์สื่อผ่านการถามคำถามกับตนเอง ดังนี้

- **เหตุผล** พิจารณาถึงเหตุและผลของข้อมูลที่เปิดรับ เหตุใดเราจึงได้รับข้อมูลนี้
- **ความน่าเชื่อถือ** ที่มาของข้อมูลนี้เชื่อถือได้หรือไม่ ใครเป็นผู้สร้างเนื้อหา นั้น อะไรทำให้ข้อมูลนี้ดูน่าเชื่อถือ
- **เจตนา** ผู้ส่งข้อมูลมีเจตนาอย่างไรต่อเรา ทำไมเนื้อหาจากสื่อ นั้นถึงดึงดูดความสนใจตัวเราได้ ข้อมูลเหล่านี้มาถึงเราได้อย่างไร ทำไมเนื้อหาเหล่านั้นจึงถูกสร้างขึ้น สร้างขึ้นมาเพื่ออะไร ใครได้ผลประโยชน์
- **ความเหมาะสม** พิจารณาว่าสิ่งที่เราเปิดรับนั้นเหมาะสมกับเราหรือไม่ เป็นความจำเป็น ความต้องการ หรือเพียงความอยากรู้อยากลอง
- **คิดเปรียบเทียบ** ประโยชน์และโทษที่อาจเกิดขึ้นกับเราว่ามีอะไรบ้าง หากเราตัดสินใจทำตาม ให้ถามตัวเองว่า เรารู้ข้อมูลมากพอที่จะตัดสินใจแล้วหรือยัง เราตีความเนื้อหาเหล่านั้นว่าอย่างไร เนื้อหาเหล่านั้นมี หรือ แสดงคุณค่าอะไรต่อตัวเรา โดยคิดกลับไปกลับมาให้ถี่ถ้วนถี่รอบคอบ

คิด THINK
think คิด
Think



ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่รู้เท่าทันสื่อ มักเกิดจากการละเลยกระบวนการคิด กระบวนการคิด เป็นกระบวนการที่มักถูกมองข้ามเนื่องจากเหตุการณ์จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และผู้สูงอายุส่วนมากจะมีความมั่นใจในความคิดของตนเองว่าคิดแล้ว คิดดีแล้ว ดังนั้น กิจกรรมการฝึกทักษะการคิดจึงควรเน้นย้ำความสำคัญไม่ให้ข้ามไปได้โดยเร็ว *กระบวนการคิด เป็นกระบวนการสำคัญที่จะได้ใช้เวลาตั้งสติอย่างจริงจัง และจะเป็นกระบวนการกรองพฤติกรรมได้ดี หากฝึกให้ “คิด” ได้ จะทำให้ต้อง “หยุด” และ “ถาม” โดยอัตโนมัติ*



คิด
ให้ดีขึ้นจะ

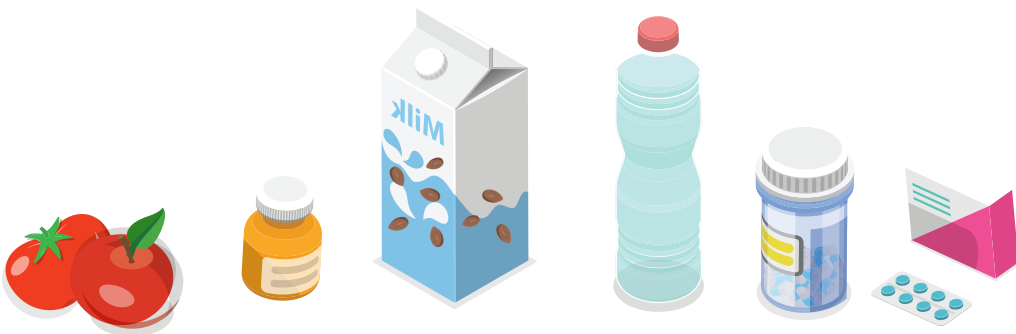


กิจกรรม

แม่ค้ามาแล้ว

(45 นาที)

1. แบ่งกลุ่มย่อยให้มีสมาชิก 5-6 คนต่อกลุ่ม
2. ให้แต่ละกลุ่มสมมติตนเองเป็นเจ้าของสินค้า/บริการ
3. ให้โจทย์เป็นสินค้า/บริการ อาจเตรียมเป็นภาพให้ได้ ดังนี้
 - เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย
 - ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
 - อุปกรณ์อำนวยความสะดวกผู้สูงอายุ
 - บริการดูแลผู้สูงอายุ
 - ชมรมลีลาศเพื่อสุขภาพ
 - ท่องเที่ยวสบาย ๆ สไตล์ผู้สูงอายุ
4. แต่ละกลุ่มคิดเนื้อหาเพื่อขายผลิตภัณฑ์ของตน โดยคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้
 - ตั้งชื่อยี่ห้อ และ สรรพคุณที่ต้องการโฆษณา
 - ราคาเท่าไร มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจอย่างไร
 - เลือกใช้สื่ออะไรในการโฆษณา
 - ให้เวลาเตรียมตัวนำเสนอตามประเภทสื่อที่เลือก 10 นาที
 - เขียนข้อมูลลับเพื่อการลดต้นทุน โดยบอกหรือโฆษณาไม่ได้
5. แต่ละกลุ่มออกมานำเสนอ โดยให้แสดงบทบาทสมมติเหมือนโฆษณาจริง (30 วินาทีต่อกลุ่ม)
6. แจกคู่มือเงินสด (ปลอม) ให้ทุกคน คนละ 3 ใบ แล้วให้แต่ละคนเลือกซื้อสินค้า/บริการจากกลุ่มอื่น



7. ชวนคิดชวนคุย ในประเด็นต่อไปนี้

ถามคนซื้อ

- ใครมีเงินเหลือ/ ทำไม่จึงเหลือ (สะท้อนความคิดก่อนตัดสินใจใช้เงิน)
- ซื้ออะไร
- ทำไม่จึงซื้อ

ถามคนขาย

- ร้านไหนขายได้มากที่สุด
- ใช้เทคนิคโน้มน้าวใจอย่างไรในการโฆษณา
- ข้อมูลลับเพื่อการลดต้นทุน ที่ไม่ได้โฆษณา คืออะไร

8. วิทยาการอธิบาย “คิด”

9. เปิดคลิปสรุป “คิด” (ดาวนโหลดได้จากคิวอาร์โค้ดในภาคผนวก)

ความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการไม่รู้เท่าทันสื่อ
มักเกิดจากการละเลยกระบวนการคิด
เนื่องจากเหตุการณ์จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว
และผู้สูงอายุส่วนมากจะมีความมั่นใจในความคิดของตัวเองว่า
คิดแล้ว คิดดีแล้ว ผู้สูงอายุจึงควร “คิด”
เพื่อให้มีการทบทวนความต้องการที่แท้จริงของตัวเอง
ทบทวนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับข้อมูลที่เปิดรับ
เพื่อการตัดสินใจที่รอบคอบขึ้น



“เซ็งเลย น่าจะรู้มาก่อน”

- ไม่รู้ก็ถามสิ

“ถ้ารู้ว่าจะเป็นแบบนี้ ไม่เอาดีกว่า”

- อ้าว แล้วทำไมไม่ถามก่อน

“เสียทั้งเงิน เสียทั้งเวลา รู้อย่างนี้แต่แรกไม่เอาด้วยหรอก”

- นี่ถ้าถามก่อนนะ ไม่ต้องเสียอะไรเลย



เหล่านี้เป็นตัวอย่างคำพูด ความคิด ของผู้ที่รู้สึกไม่ถูกใจหรือไม่พอใจเมื่อได้รับบางสิ่งบางอย่าง ความไม่พอใจนั้นเกิดขึ้นจากอะไร คำตอบคือ สิ่งที่ได้ไม่ตรงกับสิ่งที่หวังนั่นเอง ความไม่พอใจเกิดขึ้นเพราะ “ไม่รู้” มาก่อน เมื่อไม่รู้จึงต้องใช้จินตนาการคาดหวังเอาเอง คนเรามีโอกาสจะผิดหวังได้หากตัดสินใจบนความรู้ ความรู้จะมีก่อนได้อย่างไรหากสิ่งนั้นยังไม่เกิดขึ้น ลองมองที่ตัวอย่างข้อความ 3 บรรทัดนั้นอีกครั้ง ตัวช่วยอยู่ที่ประโยคหลังของแต่ละบรรทัด ใช่แล้ว.. ในบทนี้เราจะมาทำความเข้าใจว่า การ “ถาม” จะช่วยเราได้อย่างไรบ้าง



ถาม

คืออะไร สำคัญอย่างไร

การถาม คือ การตั้งปัญหาหรือประเด็นเพื่อให้ได้คำตอบ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) การตั้งคำถามด้วยความสนใจใคร่รู้อย่างจริงจังและการได้รับคำตอบที่มีรายละเอียดดีผลโดยตรงต่อความจำ โดยสมองจะมีปฏิกิริยาเชิงบวกเช่นเดียวกับการได้รับรางวัล (Fenton, 2017; Gruber et al., 2014) ดังนั้น การตั้งคำถามจึงเป็นเรื่องที่ควรส่งเสริมให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ การถามมีประโยชน์ที่น่าสนใจหลายประการ เราเรียนรู้ชีวิตผ่านคำถาม ยิ่งถามมากยิ่งได้ความรู้มาก คุณภาพชีวิตที่ดี (ส่วนหนึ่ง) ขึ้นอยู่กับคำถาม การตั้งคำถามทำให้เราเปิดใจพร้อมรับสิ่งใหม่ ทำให้เราฉลาดขึ้น และทำให้เรามีความสุขขึ้น (ประสบความสำเร็จ, 2017) การถาม จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตให้เป็นสุขในโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องเผชิญกับความสับสนวุ่นวายของข้อมูลในโลกของการสื่อสาร (Elder & Paul, 2006)



ถาม

เพื่ออะไร

เราตั้งคำถามเพื่อจะได้คำตอบในสิ่งที่เราไม่รู้ ไม่แน่ใจ
ถามเพื่อให้ได้ข้อมูล ได้ความรู้ ที่จะช่วยให้เราแก้ปัญหาได้ตรงจุด
ไม่ต้องเสียเวลาและทรัพยากรไปกับสิ่งที่ผิดพลาดไร้ประโยชน์
เพราะสังคมที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารมากมายอาจทำให้เกิดความ
สับสน ดังนั้นคำถามที่ดีจะช่วยนำเราไปสู่การแก้ปัญหาที่ดี เพราะ
คำถามจะทำให้เราเห็นจุดสำคัญได้กระจ่างชัด ทำให้เรามีข้อมูล
เปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจได้ดีขึ้น

การถาม เป็นทักษะการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ตลอดชีวิต
เนื่องจากสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง วิทยาการ
และเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้เราต้องเรียนรู้
ตลอดชีวิตเพื่อติดตามให้ทันความเปลี่ยนแปลงและปรับปรุง
การใช้ชีวิตให้เหมาะสม ก้าวทันกับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว
การถาม จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสวงหาความรู้ให้เท่าทัน
ความเปลี่ยนแปลง

ถาม ในขั้นตอนไหน

การถามควรทำเมื่อเรามีความไม่รู้ ไม่เข้าใจ สงสัย ไม่แน่ใจ ซึ่งความไม่เข้าใจ หรือ สงสัยจะเกิดขึ้นเมื่อเราได้ใช้เวลาคิดพิจารณาถึงสิ่งที่อยู่ตรงหน้าแล้ว การถามเมื่อเราไม่เข้าใจ จะช่วยให้เราได้รับการอธิบายเพิ่มเติม การถามเมื่อเราสงสัย จะได้รับคำตอบที่ช่วยให้เรา มั่นใจมากขึ้นว่าเราจะตัดสินใจอย่างไรต่อไป ดังนั้น เมื่อได้คิดพิจารณาแล้วจึงควรตั้งคำถาม เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมประกอบการตัดสินใจต่อไป



ถาม อย่างไร

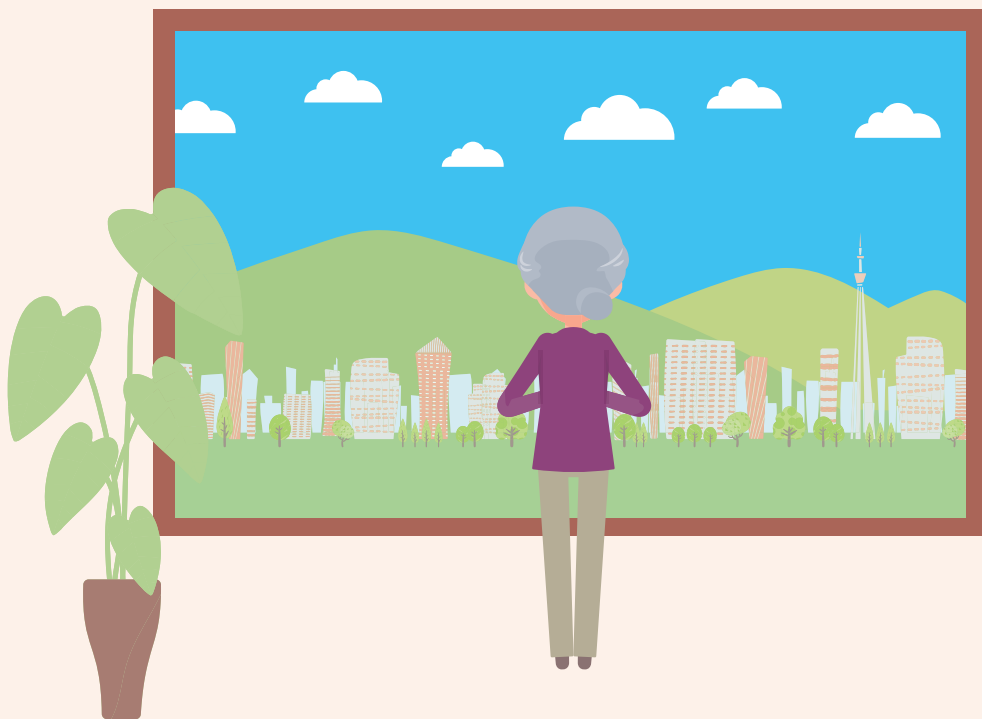
สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการถามคือ ต้องถามให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมมากกว่าที่มีอยู่เดิม ถ้าเดิม ไม่รู้ต้องถามให้รู้ ถ้าเดิมยังไม่แน่ใจต้องถามให้แน่ใจ การถาม เป็นการค้นหาข้อมูลความรู้ที่มี บันทึกรวบรวมแล้วที่ใดที่หนึ่ง อาจจะอยู่ในตัวบุคคล ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ หรือเก็บไว้ในรูปแบบของหนังสือ วารสารสิ่งพิมพ์ เครื่องมือบันทึกต่าง ๆ เช่น ข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ดังนั้น เราควรตั้งคำถามกับคนและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ให้ครอบคลุม




หาข้อมูลในตัวเอง ตัวเราเองก็เป็นแหล่งข้อมูลที่ดี เราควรถามตัวเองเสมอว่าเรามีข้อมูลอื่นนอกเหนือจากข้อมูลตรงหน้าไหม หลายครั้งที่เหตุการณ์ที่เราต้องตัดสินใจนั้นก่ดต้นอยู่ตรงหน้า เราจึงลืมที่จะถามตัวเอง บางครั้งความกดดันจากความอยากได้ อยากมี อยากเป็น ทำให้เราละเลยที่จะใช้เวลาสักย้อนกลับไปให้ถี่ถ้วนเพื่อถามตัวเองว่าเรามีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้บ้างไหม เรารู้อะไรมาก่อนบ้าง เราเคยมีประสบการณ์มาก่อนหรือเปล่า หากได้ทบทวนถามตัวเองอย่างจริงจัง เราอาจได้ข้อสรุปว่าสิ่งที่อยู่ตรงหน้านั้นไม่จำเป็น คำถามง่าย ๆ เมื่ออยากได้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง คือ เรามีแล้วหรือยัง จำเป็นจริง ๆ หรือแค่อยากได้ หิว หรือแค่อยากกิน

หาข้อมูลนอกตัวเอง ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ คือคนที่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น เราตั้งคำถามกับบุคคลเหล่านี้เพื่อที่เราจะได้ไม่ต้องลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง นอกจากตัวบุคคลแล้ว ยังมีแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ให้เราถามได้อีกมาก เช่น ตั้งกระทู้ถามในอินเทอร์เน็ต หาข้อมูลจากหนังสือ วารสารที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น โดยมีวิธีการถามที่ควรพิจารณา ดังนี้

1. เลือกถาม/ค้นหาคำตอบจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น “ถาม” เรื่องอาหารเสริมจากแพทย์หรือนักโภชนาการ “ถาม” เรื่องเครื่องมือช่างจากช่าง “ถาม” เรื่องประสิทธิภาพของสินค้าจากผู้ที่เคยใช้มาก่อน เป็นต้น
2. เลือกถาม/ค้นหาคำตอบจากแหล่งข้อมูลหลาย ๆ แหล่ง ทั้งจากสื่อที่มีอยู่รอบตัวและช่องทางออนไลน์ ควรเลือกข้อมูลออนไลน์ที่มีอ้างอิงเชิงวิชาการ เช่น หากเราได้รับข้อมูลเรื่องเครื่องออกกำลังกายผู้สูงอายุ เราควรเปิดหาข้อมูลในหนังสือ ในสื่ออินเทอร์เน็ต และอ่านดูความเห็นของคนที่เคยใช้ เป็นต้น
3. เลือกถาม/ค้นหาคำตอบจากแหล่งข้อมูลที่มีทัศนคติแตกต่างกัน เพื่อให้มีความสมดุลของข้อมูลเพื่อที่จะนำไปสู่การตัดสินใจที่ไม่เอนเอียง เช่น ถ้าเรากำลังตัดสินใจจะเข้าร่วมกิจกรรมหลังจากได้ฟังคนมาชักชวน เราควร “ถาม” คนที่ไม่เห็นด้วยกับกิจกรรมนี้ว่าเหตุใดจึงไม่ควรเข้าร่วม เราอาจได้มุมมองใหม่ ๆ ประกอบการตัดสินใจ





น่าเสียดายที่การตั้งคำถามเริ่มลดน้อยถอยลงเมื่อเรามีอายุเพิ่มขึ้น เนื่องจากเราถูกหล่อหลอมจากสังคมที่ต้องรักษาหน้า ที่มองว่าการถามอาจเป็นการเสียมารยาท การถามอาจทำให้ถูกมองว่าโง่ หรือแม้แต่การมีประสบการณ์ถามแล้วได้รับการตอบกลับที่ไม่เป็นมิตรก็ทำให้เราไม่อยากถาม หากการไม่ถามเกิดจากสาเหตุเหล่านี้ เราสามารถแก้ไขได้โดยทำความเข้าใจเสียใหม่ว่าการถามเป็นสิ่งที่มีความหมาย ช่วยให้เราเรียนรู้รอบด้านเพื่อการตัดสินใจที่ดี แต่หากการไม่ถามเกิดจากความมั่นใจในความรู้ของตน และคิดว่าความรู้ที่ตนมีนั้นเพียงพอแล้วที่จะใช้ตัดสินใจทำ ความคิดเช่นนี้จะปิดกั้นโอกาสที่จะได้รู้มุมมองใหม่ และเปิดโอกาสให้เกิดการตัดสินใจบนข้อมูลที่ไม่มีเพียงพอ เกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาด และอาจเกิดความเสียหายได้ในที่สุด



ถามให้เข้าใจ ค่อยไปต่อ



กิจกรรม

ตรวจสอบอย่างรู้เท่าทัน

(30 นาที)

1. เตรียมโจทย์ เป็นข้อความ/ภาพ ที่ต้องหาข้อมูลมาพิสูจน์ว่า ข้อความนั้นเชื่อถือได้หรือไม่
2. แบ่งกลุ่มย่อยให้มีสมาชิก 5-6 คนต่อกลุ่ม
3. ให้เวลากลุ่มละ 10 นาทีในการหาคำตอบ
4. แต่ละกลุ่มจะต้องเลือกว่าจะหาข้อมูลได้จากไหน
 - 1) ออนไลน์ (วิทยากรกระตุ้นให้ถามหลาย ๆ เพจ)
 - 2) ถามคนในห้อง (วิทยากรกระตุ้นให้ถามหลาย ๆ คน)
 - 3) ถามคนนอกห้อง (ให้ถามหลาย ๆ คน สามารถโทร หรือ เดินออกไปถามได้ในเวลาที่กำหนด)
5. ชวนคิดชวนคุย ในประเด็นต่อไปนี้
 - ข้อความ/ภาพที่ได้รับ จริงหรือไม่จริง
 - รู้ได้อย่างไร (ให้ตอบข้อมูลที่ไปหามาได้)
 - ถามใครบ้าง
 - เชื่อถือได้หรือไม่ เพราะอะไรจึงเชื่อ
6. วิทยากรอธิบาย “ถาม”
7. เปิดคลิปสรุป “ถาม” (ดาวน์โหลดได้จากคิวอาร์โค้ดในภาคผนวก)



เมื่อเรา “ถาม” จะได้รับคำตอบ
ที่ช่วยให้เรามั่นใจมากขึ้นว่าเราจะตัดสินใจอย่างไรต่อไป
โดยต้องถามให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ตรงหน้า
“ถาม” จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ
“ถาม” จากแหล่งข้อมูลหลาย ๆ แหล่ง ทั้งออฟไลน์และออนไลน์
“ถาม” จากแหล่งข้อมูลที่มีทัศนคติแตกต่างกัน
การถามเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ช่วยให้เราสามารถรอบด้านเพื่อการตัดสินใจที่ดี



“คนที่ไม่เคยทำผิด คือคนที่ไม่เคยทำอะไรเลย” ข้อความนี้แสดงให้เห็นว่าเราทุกคนเคยมีประสบการณ์การทำอะไรผิดพลาดมาแล้ว อาจจะเป็นเรื่องเล็กน้อยไปจนถึงเรื่องที่ต้องใส่ใจ การทำผิดส่งผลได้ตั้งแต่เสียเวลา เสียความรู้สึก เสียเงิน เสียใจ เสียสุขภาพ หรือนำไปสู่การเสียชีวิต เมื่อการทำผิดส่งผลเสียต่อตัวเรา ดังนั้นเราจึงควรมารู้จักกับการทำที่ถูกต้อง ทำอย่างรู้เท่าทัน และทำอย่างรับผิดชอบ



ทำ

คืออะไร สำคัญอย่างไร

ทำ คือ พฤติกรรมของมนุษย์ โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. พฤติกรรมที่แสดงออกมามีภายนอก ซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ

- (1) พฤติกรรมที่แสดงออกผ่านการกระทำ เช่น การเดิน การวิ่ง การรับประทานอาหาร การทำอาหาร การเปิดโทรทัศน์เพื่อรับชมละคร การหยิบหนังสือขึ้นมาอ่าน การนั่งสมาธิ การบริจาคเงิน การโอนเงิน การซื้อสินค้า การเปิดเผยข้อมูลความลับส่วนตัว เป็นต้น
- (2) พฤติกรรมที่แสดงออกผ่านการสื่อสาร เช่น การพูดคุย การให้คำแนะนำ การชักชวน การเจรจาต่อรอง การดูค่า การเขียนหนังสือ และรวมถึงการสื่อสารบนโลกออนไลน์ด้วย เช่น การส่ง (Post) ข้อความและรูปภาพบนสื่อสังคมออนไลน์ การพิมพ์ข้อความโต้ตอบในอีเมล การกดถูกใจ (Like) กดส่งต่อ (Share) ในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น



2. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายใน ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น เจตนาหรือความเห็นที่มีต่อสื่อ (หรือ อาจเรียกว่า สิ่งเร้า คือ สิ่งที่มากระทบต่อประสาทสัมผัสของมนุษย์ แล้วกระตุ้นให้เกิดกระบวนการรับรู้ขึ้น ได้แก่ ภาพที่กระทบตาแล้วเกิด “การเห็น” เสียงที่กระทบหู แล้วเกิด “การได้ยิน” กลิ่นที่กระทบจมูก แล้วเกิด “การรับรู้กลิ่น” อาหารที่กระทบลิ้น แล้วเกิด “การรับรู้รสชาติ” วัตถุที่กระทบร่างกาย แล้วเกิด “การรับรู้สัมผัส”) ผลลัพธ์ของกระบวนการรับรู้ของมนุษย์คือ ความเห็นหรือทัศนคติที่มีต่อสิ่ง หรือ สื่อ นั้น ๆ และเจตนาที่จะกระทำต่อสิ่งนั้น ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกผ่านการกระทำ หรือการหยุดนิ่งที่จะไม่กระทำ ก็ถือได้ว่าเป็นการ “ทำ” ในรูปแบบหนึ่งที่เกิดจากเจตนาที่จะไม่กระทำหรือแสดงพฤติกรรมใด ๆ ออกไปด้วยเช่นกัน





ทำ

เพื่ออะไร

แน่นอนว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้น ย่อมมีทั้งประโยชน์และโทษต่อสังคมและบุคคล โดยส่วนหนึ่งมนุษย์จำเป็นต้องทำหรือแสดงพฤติกรรมเพื่อการอยู่รอด เช่น การหายใจ (หลายคนอาจไม่ได้สังเกต) การรับประทานอาหาร การดื่มน้ำ การนอนพักผ่อน การทำงานเลี้ยงชีพ รวมถึงการเรียนรู้ของมนุษย์ และอีกส่วนหนึ่งเป็นการกระทำที่เกิดจากกิเลส ความอยากได้ อยากเป็น อยากมี เพิ่มขึ้น และเหนือกว่าคนอื่น กิเลสเหล่านี้เมื่อพอกพูนปลูกฝังอยู่ในจิตใจของมนุษย์ ทำให้ผุดขึ้นในขณะที่มีมนุษย์ใช้ความคิด และปรุงความคิดให้เป็นไปเพื่อความเห็นแก่ตัว การเห็นแก่พวกพ้อง มนุษย์จึงใช้ความคิดที่ถูกครอบงำด้วยกิเลสเหล่านี้ ออกแบบพฤติกรรมของตน และเมื่อกระทำซ้ำ ๆ เป็นกิจวัตรจนเกิดกระบวนการเรียนรู้เพิ่มขึ้นอย่างซ้ำซ้อนหรือเรียกว่าเป็นความชำนาญ จึงกลายเป็นนิสัยที่ฝังรากหยั่งลึกขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงการถ่ายทอดอุดมการณ์ ความเชื่อในแนวปฏิบัติของตนให้กับคนในกลุ่มของตน จนกลายเป็นแนวทางปฏิบัติตนของครอบครัว ของคนในสังคม ทำให้การกระทำด้วยความเห็นแก่ตัว การแก่งแย่งกัน หรือแม้กระทั่งการโฆษณาชวนเชื่อเกินจริง หรือเจรจาต่อรองที่อาศัยการให้ข้อมูลเท็จ การใส่ร้าย การพูดเพื่อประโยชน์ของพรรคพวกตน การหาเสียงโจมตีฝ่ายตรงข้ามทางการเมือง หรือการอภิปรายในสภาที่นำข้อมูลบิดเบือน หรือข้อมูลบางส่วนมาใช้ กลายเป็นเรื่องธรรมดาในเกมของสังคมไปเสียแล้ว

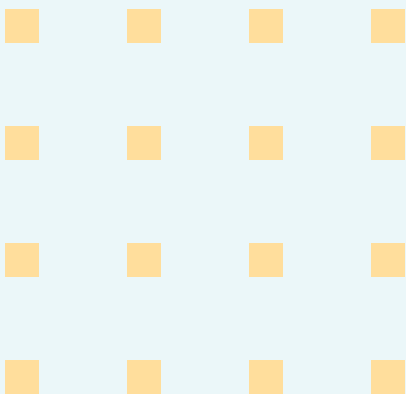
ดังนั้น เป้าหมายของการ “ทำ” คือ ทำให้ตนเองและผู้อื่นอยู่รอดปลอดภัย ทำด้วยความรับผิดชอบ ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อตนเองและผู้อื่น แต่เกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น

ทำ

ในขั้นตอนไหน

ทำ คือ ผลลัพธ์ของกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ คือ ความเห็นต่อสิ่งเร้า เป็นขั้นตอนแสดงถึงผลสรุปของการ หยุด-คิด-ถาม หากผู้สูงอายุใช้เทคนิค หยุด-คิด-ถาม อย่างสมบูรณ์เพียงพอ ในขั้นตอนสรุปผลนี้จะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถแสดงพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสมปลอดภัย และรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

ถึงกระนั้น ยังมีปัจจัยด้านการคิดปรุงแต่งไปตามประสบการณ์ ความไม่รู้ อารมณ์ ความรู้สึก ความเห็น ความเชื่อเดิม สิ่งแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก รวมถึงกระบวนการคิดตามสัญชาตญาณ ทำให้คนเรตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ยังมีคุณลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการหลงเชื่อได้มากกว่าคนในวัยอื่น ๆ อีกด้วย ทั้งนี้เพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย เช่นความเสื่อมถอยของกล้ามเนื้อ ความจำที่ถดถอย ความรวดเร็วในการประมวลผลความคิด การใช้สายตา การได้ยินที่ลดลง ทำให้ความสามารถในการเรียนรู้ลดลง และส่งผลต่อ





ความหตุในจิตใจ เกิดความรู้สึกไม่มั่นคง กลายเป็นความกลัวการเปลี่ยนแปลง ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จึงมักมีความกลัวต่อการถูกข่มขู่ได้ง่าย เพราะกังวลว่าหากเรื่องที่เกิดขึ้นเป็นความจริง จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อตนเอง และโดยเฉพาะคนในครอบครัว คนที่ตนเองรักและห่วงใย ความกังวลดังกล่าว จึงส่งผลให้ “ทำ” ตามเงื่อนไขที่ได้รับจากสื่อลวง เช่น การโอนเงิน ให้มีฉฉาชีพที่หลอกว่าลูกหลานกำลังป่วย การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวเพื่อไม่ให้มีความผิดเกิดขึ้น เป็นต้น

ดังนั้น การ “ทำ” ที่ลดความผิดพลาด และไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวเท็จ จึงต้อง “ทำ” เมื่อผ่านกระบวนการ “หยุด” “คิด” “ถาม” มาแล้วเท่านั้น



ทำ

ทำอะไร

เมื่อเรารู้แล้วว่าการกระทำของเรามีผลกระทบอย่างมากต่อชีวิตของตนเองและผู้อื่น เราจึงจำเป็นต้องรู้เท่าทันสื่อ ไม่หลงเชื่อข่าวเท็จที่ผ่านประสาทสัมผัสของเราเข้ามา และเลือกใช้สื่อและข้อมูลจากสื่อที่ถูกต้องให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น แต่ข้อมูลที่ล้นไหลเข้ามานั้น อาจมีทั้งข้อมูลเท็จ และข้อมูลจริง ปะปนกันอยู่ เราจึงควรใช้สื่ออย่างรู้เท่าทันด้วยกระบวนการเฝ้าระวังตนเองด้วยตนเอง และ “ทำ” ด้วยความรับผิดชอบ

แนวทางการกระทำและเฝ้าระวังในระดับบุคคล

การเฝ้าระวัง

- ไม่เปิดรับสื่อหรือข้อมูลที่ส่อเสี่ยง
- แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ จากวงเสวนา แหล่งข้อมูล ผู้รู้ และจากคนต่างวัย
- หมั่นตรวจสอบและแยกแยะลักษณะของ ข้อมูลที่ผิดปกติว่าแตกต่างจากข้อมูลจริง อย่างไร และบันทึกไว้เป็นความรู้ที่ทันสมัย
- หมั่นฝึกฝนพฤติกรรม “หยุด คิด ถาม ทำ” ในชีวิตประจำวัน ให้มีความเชี่ยวชาญ

ทำด้วยความรับผิดชอบ

- “ทำ” ทุกครั้ง ต้องหยุดอย่าเพิ่งเชื่อ ต้องคิด ไตร่ตรองให้รอบคอบ ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อมูล ครบถ้วนต้องสืบค้น ถามแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ และตรวจสอบจนแน่ใจจึงจะ “ทำ”
- หากผิดพลาด ตกเป็นเหยื่อ เกิดความสูญเสียขึ้น ต้องรีบ “หยุด” ตั้งสติ ไม่ให้อารมณ์ความคิดปรุงแต่งให้เกิดการกระทำที่ส่งผลเสียต่อตนเองและผู้อื่นเพิ่มขึ้นอีก และใช้กระบวนการ “คิด” มาพิจารณาหาทางเลือกในการแก้ไขปัญหา โดยเลือก “ถาม” ค้นหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อหาทางเลือกที่รอบคอบขึ้นจากความรู้ของผู้อื่น และ “ทำ” โดยใช้ความพยายามดำเนินการตามที่ออกแบบไว้

กิจกรรม

ฉันจะทำอย่างไร

(30 นาที)

1. ให้ผู้สูงอายุวิเคราะห์ตัวอย่างสื่อ แล้วตัดสินใจว่า “ทำ หรือ ไม่ทำ”
2. วิเคราะห์ตัวอย่างสื่อซ้ำ ๆ อีกครั้ง ชี้ให้เห็นข้อสังเกต แล้วตัดสินใจอีกครั้งว่า “ทำ หรือ ไม่ทำ”
3. วิทยากรอธิบาย “ทำ”
4. เปิดคลิปสรุป “ทำ” (ดาวน์โหลดได้จากคิวอาร์โค้ดในภาคผนวก)

การทำผิด ส่งผลได้ตั้งแต่เสียเวลาจนถึงเสียชีวิต
ผู้สูงอายุถูกชักจูงให้ทำผิดได้ง่ายเพราะเมื่ออายุมากขึ้น ความคิดจะช้าลง
ความจำ สายตา การได้ยินที่ลดลง อาจส่งผลต่อความจดจ่อในจิตใจ
เกิดความไม่มั่นคง และตัดสินใจพลาดได้ง่าย
จึงต้องระมัดระวังการกระทำของตนเองด้วยการ หยุดตั้งสติ คิดให้รอบคอบ
ถามข้อมูลเพิ่มเติมจนแน่ใจแล้วจึงลงมือทำ



บรรณานุกรม

หยุด

- Patent, J. D. (2015). *Who is in charge of our minds? The lizard or the poet?*.
<https://ihberkeley.wordpress.com/2015/03/05/who-is-in-charge-of-our-minds-the-lizard-or-the-poet>
- The Growth Master. (2020). *Neuromarketing (Part 1) : ออกแบบ 5 ประเภทคอนเทนต์ตามหลักการทำงานของสมอง*. <https://thegrowthmaster.com/blog/neuromarketing-part-1-neurocontent>
- Wolfson, N. E., Cavanagh, T. M., and Kraiger, K. (2014). Older adults and technology-based instruction: optimizing learning outcomes and transfer. *Academy of Management Learning & Education*, 13(1): 26-44. <http://www.doi.org/10.5465/amle.2012.0056>

คิด

- ทิตินา แชมมณี. (2544). *วิทยาการด้านการคิด*. กรุงเทพฯ: เดอะมาสเตอร์กรุ๊ป แมเนจเม้น.
- Beyer, B. K. (1987). *Practical strategies for the teaching of thinking*. Allyn and Bacon.
- Dewey, J. (1991). *How We Think*. Prometheus Books.
- McNulty, N. (2021). *Why is internet and social media literacy so important?*. <https://www.niallmcnulty.com/2021/03/internet-literacy-social-media-literacy>

ถาม

- ประสบความสำเร็จ. (2017). *6 คุณประโยชน์ที่เกิดจากการตั้งคำถาม*. ประสบความสำเร็จ. <https://sumrej.com/6-underlying-benefits-of-asking-questions-9-2017>
- Elder, L. and Paul, R. (2006). *The miniature guide to the art of asking essential questions*. Foundation for Critical Thinking.
- Fenton, M. L. (2017, August 14). *Do you have a kid who never stop asking questions? Here's why that's a good thing*. Scary Mommy. <https://www.scarymommy.com/curious-child-never-stops-asking-questions>
- Gruber, M. J., Gelman, B. D., and Ranganath, C. (2014). *States of curiosity modulate hippocampus-dependent learning via the dopaminergic circuit*. *Neuron*. [https://www.cell.com/neuron/fulltext/S0896-6273\(14\)00804-6](https://www.cell.com/neuron/fulltext/S0896-6273(14)00804-6)



ทำ

กฤตภัค งามวาสีนนท์. (2565). *คิด, เร็ว ช้า ความรู้ อำนาจ และการประกอบสร้างตัวตน: จากโรคซึมเศร้าถึงเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม*. สยามปริทัศน์.

ชูชัย สมितिไกร. (2564). *จิตวิทยาสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาชิต. (2565). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 10. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แดเนียล คาร์เนมาน (2564). *คิด, เร็วและช้า* (Thinking, Fast and Slow). (จารุจรรย์ คงมีสุข, ผู้แปล) วีเลิร์น.

แดเนียล คาร์เนมาน, โอลิเวียร์ ซีโบนี, และแคส อาร์.ซันสไตน์. (2565). *NOISE: จุดด้อยของการตัดสินใจโดยมนุษย์* (NOISE: A flaw in human judgment) (มันตา คลังบุญครอง, ผู้แปล). อมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.

Warittha Saejia (2563, พฤศจิกายน 29). *เชื่อในสิ่งที่สบายใจ มองว่าใครๆ ก็คิดเหมือนกัน: เข้าใจ 10 ไบแอสที่เราอาจมีโดยไม่รู้ตัว*. The Matter. <https://thematter.co/social/10-cognitivebiases-we-should-know/129762>

COFACT. (2566). *Digital Literacy 101*. <https://blog.cofact.org/cluevo/lms/my-learning-tree/th-digital-literacy-101>



ภาคผนวก

(ตัวอย่าง)

กำหนดการฝึกอบรม หลักสูตรสูงวัยรู้ทันสมัย

โรงเรียนผู้สูงอายุ

วันที่

เวลา	กิจกรรม	บทบาท วิทยากร
	ลงทะเบียนเข้าร่วมการอบรม	ตั้งกล่องรับบริจาคเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเรียนรู้
	เปิดการอบรม	ทักทายและชี้แจงเป้าหมายการอบรม
	ตั้งสติก่อนสตาร์ท / กิจกรรมสันตนาการ	เตรียมตัวและกระตุ้นผู้เรียนก่อนเข้าสู่การเรียนรู้
	สื่อและอิทธิพลของสื่อ - คลิปพระพยอม - ใช้สื่ออะไรกันอยู่บ้าง - แบ่งปันประสบการณ์ รัก โลก กลัว	เน้นให้เห็นปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากการไม่รู้เท่าทันสื่อ

เวลา	กิจกรรม	บทบาท วิทยากร
	คาถารู้ทันสื่อ หยุด คิด ถ้าม ทำ	แนะนำคาถา 4 คำ
	กิจกรรม “หยุด” ดูแลตนเอง - เปิดกล่องปริจาค - ชวนคิดชวนคุย - อธิบาย หยุด - เปิดคลิปสรุป	เน้นการยับยั้งตั้งสติ ไม่รีบร้อนตัดสินใจให้เกิด ผลเสียหาย
พักรับประทานอาหารว่าง		
	ตั้งสติก่อนสตาร์ท / กิจกรรมสนทนาการ	เตรียมตัวและกระตุ้นผู้เรียน ก่อนเข้าสู่การเรียนรู้
	กิจกรรม แม่ค้ามาแล้ว - บอกสรรพคุณของสินค้า - บอกราคา - วิธีการโน้มน้าวใจลูกค้า - เลือกซื้อสินค้า - ชวนคิดชวนคุย	กิจกรรมนี้จะเห็นขั้นตอน การโน้มน้าวใจของผู้ขาย โดยการใช้เทคนิคและสื่อ ต่าง ๆ เท่าที่คิดได้
	อธิบาย “คิด” เปิดคลิปสรุป	เน้นว่าควรต้อง หยุดตั้งสติ เมื่อถูกโน้มน้าว และ คิดให้ รอบคอบ ก่อนจ่ายเงินซื้อ

เวลา	กิจกรรม	บทบาท วิทยากร
	<p>กิจกรรม ตรวจสอบอย่างรู้เท่าทัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แต่ละกลุ่มได้รับข่าว 1 ข่าว - ต้องตรวจสอบข่าวด้วยการ “ถาม” - ถามจากแหล่งข้อมูลที่ถูกระบุกำหนด - ถามคนในห้อง/ถามคนนอกห้อง/ ถามจากสื่อออนไลน์ - ต้องตอบว่า ข่าวนั้นเชื่อถือได้หรือไม่ เพราะอะไร 	<p>กระตุ้นให้ผู้เข้าอบรมถาม จากหลายๆ แหล่งข้อมูล เปิดหลายเพจ ถามหลายคน</p>
	<p>อธิบาย “ถาม” เปิดคลิปสรุป “ถาม”</p>	<p>การ “ถาม” เป็นการหาข้อมูล เพิ่มเติมเพื่อให้แน่ใจก่อน ตัดสินใจ การหาข้อมูลให้ รอบด้าน ไม่ควรถามเพียง แหล่งเดียว ควรตรวจสอบ จากหลายความเห็นเพื่อนำ ความเห็นเหล่านั้นมา ประกอบการตัดสินใจ</p>
พักรับประทานอาหารกลางวัน		
	<p>ตั้งสติก่อนสตาร์ท / กิจกรรมสนทนาการ</p>	<p>เตรียมตัวและกระตุ้นผู้เรียน ก่อนเข้าสู่การเรียนรู้</p>

เวลา	กิจกรรม	บทบาท วิทยากร
	กิจกรรม “ฉันจะทำ..อย่างไร” เมื่อได้รับข้อความมา ท่านจะทำอย่างไรต่อไป : เชื่อ-ไม่เชื่อ/แชร์-ไม่แชร์/ซื้อ-ไม่ซื้อ	ให้เวลาและย้ำว่าต้อง หยุด/คิด/ถาม แล้วจึงตัดสินใจตอบ
	อธิบาย “ทำ” เปิดคลิปสรุป “ทำ”	เมื่อพบกับเรื่องใด ๆ ก็ตาม เราควรหยุดเพื่อตั้งสติ คิดถึงประโยชน์และโทษ ถามหาข้อมูลเพิ่มเติม แล้วจึง “ทำ” อย่างรู้เท่าทัน
	สูงวัยก็รู้ทันสื่อได้ ชวนคิดชวนคุยความรู้ที่ได้วันนี้ เสริมความรู้เรื่อง พรบ.คอมพิวเตอร์ฯ พรบ.คุ้มครองผู้บริโภค ที่จำเป็นต้องรู้ ชี้ช่องทางการแจ้งเหตุ ภายในชุมชน และส่วนกลาง	สรุปการเรียนรู้ เสริมความรู้ เรื่อง พรบ.คอมพิวเตอร์ และชี้ช่องทางการแจ้งเหตุ ที่จับต้องได้ เข้าถึงได้จริง ช่องทางในชุมชน ควรระบุตัวบุคคลหรือสถานที่ แจ้งเหตุของชุมชนให้ชัด ส่วนกลางโทร.1441 (ตำรวจไซเบอร์)

เวลา	กิจกรรม	บทบาท วิทยากร
	ประเมินความเข้าใจผู้เข้าอบรม	แจกกระดาษคำตอบ แล้วอ่านคำถามให้ฟัง เพื่อเลือกตอบ ใช่ / ไม่ใช่
	กล่าวขอบคุณ ปิดการอบรม	



ตัวอย่าง คำถามประเมินความเข้าใจ

1. ถ้ามีคนโทรมาบอกว่าลูกถูกรถชนเข้าโรงพยาบาล ต้องโอนเงินค่าผ่าตัดทันที ท่านจะรีบหาทางโอนทันที

ใช่/ไม่ใช่ (ประเมินการ “หยุด”)

2. ถ้ามีตำรวจมาขอค้นบ้านหายาเสพติด ท่านจะรีบให้ความร่วมมือทันที

ใช่/ไม่ใช่ (ประเมินการ “หยุด”)

3. เพื่อนเอายาบำรุงสุขภาพมาให้ ที่กล่องมีเครื่องหมาย อย. ชัดเจน ท่านจะถามใครเพิ่มเติมหรือไม่

ถาม/ไม่ต้องถาม (“คิด” ประเมินเนื้อหา และ ผู้ส่ง)

4. เห็นเพื่อนลงทุนในกองทุนกั๊ยมแล้วได้รับเงินปันผลสองเท่าจริง และยังได้ช่วยเหลือสังคมด้วย ท่านคิดจะหาข้อมูลก่อนหรือไม่

คิด/ไม่คิด (“คิด” ประเมินความโลภ)

5. ถ้ามีข่าวว่าปลายปีจะมีพายุเข้ามา ทำให้น้ำท่วมหนัก ท่านถามลูกหลาน และเพื่อนบ้านแล้ว ท่านจะถามคนอื่นอีกหรือไม่

ถาม/ไม่ถาม (“ถาม” ประเมินความหลากหลายของแหล่งข้อมูล)

6. กลุ่มเพื่อนๆ คຸຍกันว่าปีหน้ารัฐจะจ่ายเบี้ยผู้สูงอายุเข้าไปครึ่งปี ท่านได้ถาม อสม./ไลน์กลุ่มเพื่อนแล้วว่าจริง ท่านจะหาข้อมูลเพิ่มเติมอีกหรือไม่

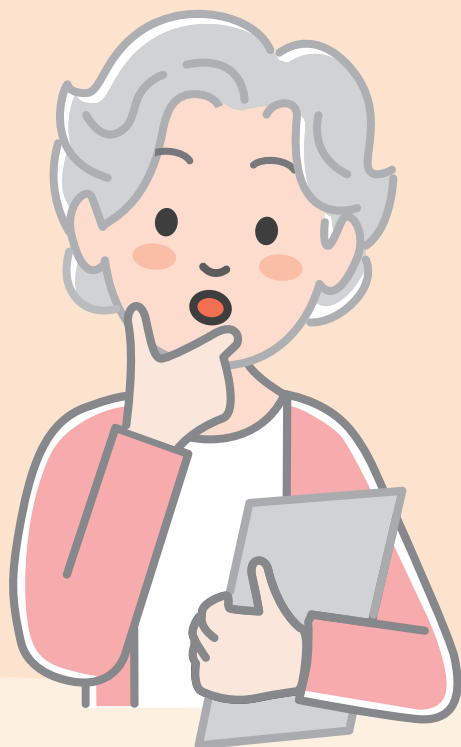
หา/ไม่หา (“ถาม” ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล)

7. เมื่อได้รับข่าวมา ท่านจะบอกต่อ/แชร์ทุกเรื่องให้เพื่อน ๆ ทันทิ ไม่หวงเก็บไว้คนเดียว

ใช่/ไม่ใช่ (ประเมินการ “ทำ” อย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้อื่น)

8. ข่าวสารการเมืองเป็นเรื่องปวดหัว อย่าคิดมากและไม่ต้งติดตามเลย

ใช่/ไม่ใช่ (“ทำ” รับผิดชอบตัวเอง)





แหล่งข้อมูลที่ควรรู้

ข้อมูลที่ควรรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อและการเฝ้าระวังสื่อ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงช่องทางร้องทุกข์หากพลาตปลั้งตกเป็นเหยื่อ หรือ แม้แต่การแจ้งเบาะแสการกระทำความผิด

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ หรือที่เรียกโดยทั่วไปว่า พ.ร.บ.คอมฯ ระบุถึงการโพสต์ข้อความบนสื่อออนไลน์ การกดไลก์ กดถูกใจ กดส่งข้อความ หรือกดแชร์ แม้แต่กดส่งรูปการ์ตูนต่าง ๆ ต้อง “ทำ” อย่างรับผิดชอบ โดยรู้ขอบเขตของกฎหมาย สรุปเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการโพสต์ข้อความ 13 ข้อ⁸

1. การฝากร้านในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไอจี (IG) ถือเป็นสแปม⁹ ปรับ 200,000 บาท
2. ส่งข้อความ (SMS) โฆษณา โดยไม่ได้รับความยินยอม ให้ผู้รับสามารถปฏิเสธข้อมูลนั้นได้ ไม่เช่นนั้นถือเป็นสแปม ปรับ 200,000 บาท
3. ส่งอีเมล (Email) ขยายของ ถือเป็นสแปม ปรับ 200,000 บาท
4. กดไลก์ (Like) ได้ไม่ผิด พ.ร.บ.คอมฯ ยกเว้นการกดไลก์ เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถาบัน กษัตริย์ เสี่ยงเข้าข่ายความผิดมาตรา 112 หรือมีความผิดร่วม
5. กดแชร์ (Share) ถือเป็นกาเผยแพร่ หากข้อมูลที่แชร์มีผลกระทบต่อผู้อื่น อาจเข้าข่ายความผิดตาม พ.ร.บ.คอมฯ โดยเฉพาะที่กระทบต่อบุคคลที่สาม

⁸ กองบัญชาการตำรวจสันติบาล https://www.sbpolic.go.th/news/สรุป13ข้อสาระสำคัญง่าย ๆ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์60_189.html

⁹ สแปม (spam) คือชื่อเรียกของการส่งข้อความที่ผู้รับไม่ได้รับขอม ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยส่วนมากจะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อผู้รับข้อความ

6. พบข้อมูลผิดกฎหมายอยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ของเรา แต่ไม่ใช่สิ่งที่เจ้าของคอมพิวเตอร์
กระทำเอง สามารถแจ้งไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบได้ หากแจ้งแล้วลบข้อมูลออก เจ้าของ
ก็จะไม่มีความผิดตามกฎหมาย เช่น ความเห็นในเว็บไซต์ รวมไปถึงเฟซบุ๊กที่ให้เห็น
ความคิดเห็น หากพบว่าการแสดงความคิดเห็นผิดกฎหมาย เมื่อแจ้งไปที่หน่วยงานที่รับ
ผิดชอบและลบทันที เจ้าของระบบเว็บไซต์จะไม่มีผิด
7. สำหรับแอดมินเพจ ที่เปิดให้มีการแสดงความคิดเห็น เมื่อพบข้อความที่ผิด พ.ร.บ.คอมฯ
เมื่อลบออกจากพื้นที่ที่ตนดูแลแล้ว จะถือเป็นผู้พ้นผิด
8. ไม่โพสต์สิ่งลามกอนาจาร ที่ทำให้เกิดการเผยแพร่สู่ประชาชนได้
9. การโพสต์เกี่ยวกับเด็ก เยาวชน ต้องปิดบังใบหน้า ยกเว้นเมื่อเป็นการเชิดชู ชื่นชมอย่าง
ให้เกียรติ
10. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เสียชีวิต ต้องไม่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือถูกดูหมิ่น
เกลียดชัง มิฉะนั้นญาติสามารถฟ้องร้องได้ตามกฎหมาย
11. การโพสต์ตำหนิผู้อื่น มีกฎหมายอาญารองรับอยู่แล้ว หากเป็นข้อมูลไม่จริง หรือถูกตัดต่อ
ผู้ถูกกล่าวหา เอาผิดผู้โพสต์ได้ และมีโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับไม่เกิน 200,000 บาท
12. ไม่ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ผู้ใด ไม่ว่าจะข้อความ เพลง รูปภาพ หรือวิดีโอ
13. ส่งต่อรูปภาพของผู้อื่น เช่น สวัสดิ์ อวยพร ไม่ผิด ถ้าไม่เอาภาพไปใช้ในเชิงพาณิชย์
หารายได้



พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑

เราทุกคนล้วนเป็นผู้บริโภค เราคือผู้ใช้สินค้าและบริการที่เสนอขายกันอยู่ทั่วไป ในฐานะผู้บริโภค กฎหมายกำหนดสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคไว้¹⁰ สรุปโดยสังเขป ดังนี้

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้อง และเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการโดยความสมัครใจ และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค



¹⁰ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. https://www.ocpb.go.th/news_view.php?id=9764

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีข้อแนะนำสำหรับผู้บริโภค ในการซื้อสินค้าหรือบริการ

1. ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการใช้ความระมัดระวังตามสมควร ในการซื้อสินค้าหรือบริการ ได้แก่ การให้ความสำคัญกับฉลากของสินค้าและการโฆษณาสินค้าหรือบริการ
2. ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าจากผู้ขาย หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว
3. ศึกษาเงื่อนไขหรือข้อจำกัดของสินค้า เช่น วัน เดือน ปี ที่ผลิตหรือหมดอายุ วิธีการใช้ การเก็บรักษา ค่าเตือนหรือข้อควรระวังของสินค้าให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อผู้บริโภค สามารถใช้สินค้าได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และประหยัด
4. ร้องขอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตรวจสอบคุณภาพและปริมาณของสินค้าว่าเป็นจริงตามที่ระบุไว้ที่ฉลากของสินค้าหรือไม่ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค
5. ผู้บริโภคอย่าด่วนหลงเชื่อคำโฆษณาของสินค้าหรือบริการ ต้องศึกษาเงื่อนไข รายละเอียดอื่น ๆ ของตัวสินค้าหรือบริการที่อาจไม่ได้ระบุไว้ในกาโฆษณา เนื่องจาก การโฆษณาสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่จะเสนอแต่ข้อดีและเงื่อนไข ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ส่วนข้อเสียมักจะไม่กล่าวถึงในการโฆษณา จึงจำเป็นที่ ผู้บริโภคต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม จากการสอบถามผู้ขาย หรือบริษัทผู้ผลิต





ช่องทางร้องเรียน

- สถานีตำรวจในพื้นที่เกิดเหตุ
- แจ้งความออนไลน์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ คดีอาชญากรรมทางเทคโนโลยี
สายด่วน 1441
- ร้องทุกข์ออนไลน์ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
<https://complaint.ocpb.go.th>



หน่วยงานต่อต้านข้อมูลลวง

- ตำรวจไซเบอร์

กองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวน
อาชญากรรมทางเทคโนโลยี



- ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม ประเทศไทย

<https://www.antifakenewscenter.com>



- สภาองค์กรของผู้บริโภค

<https://www.tcc.or.th>



- โคแฟค

<https://blog.cofact.org>



- มูลนิธิอินเทอร์เน็ตเพื่อการพัฒนาไทย

<https://inetfoundation.or.th>



สายด่วนเพื่อผู้บริโภคสื่อฯ

ช่องทางการร้องเรียนการกระทำผิดผ่านสื่อ



1200 กศท. ร้องเรียนเรื่อง การให้บริการวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และ การออกอากาศ เนื้อหารายการโฆษณาเฉพาะวิทยุ-โทรทัศน์



1556 อย. ร้องเรียนเรื่อง การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เกี่ยวกับ อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ



1166 สคบ. ร้องเรียนเรื่อง การโฆษณาสินค้า หรือบริการที่ไม่เป็นธรรม และการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านอื่นๆ



1212 กระทรวงดิจิทัลฯ ร้องเรียนเรื่อง การคุกคามทางไซเบอร์ กระทำผิดทางเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์



02 142 2556-7 ปอ.ก. ร้องเรียนเรื่อง การขโมยข้อมูล การหลอกลวงทางออนไลน์ เนื้อหาไม่เหมาะสมทางออนไลน์ การพนันหรือการกระทำผิดกฎหมายบนสื่อออนไลน์

<https://www.facebook.com/con.rights>

สำนักข่าวยุทธศาสตร์และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กศท.

ธนาคารแห่งประเทศไทย
BANK OF THAILAND

รวมเบอร์ศูนย์รับแจ้งเหตุ ภัยทางการเงินจากมิจฉาชีพ

ข้อมูล ณ วันที่ 17 มี.ค. 66

สอบถาม และแจ้งเหตุได้ทันที **ตลอด 24 ชั่วโมง**

 ศูนย์ กลีกรไทย 0-2888-8888 กด 001	 ศูนย์ กรุงไทย 0-2111-1111 กด 108	 ศูนย์ กรุงศรีอยุธยา 1572 กด 5	 ศูนย์ กรุงเทพ 1333 หรือ 0-2645-5555 กด *3
 ศูนย์ ไทยพาณิชย์ 0-2777-7575	 ศูนย์ ทหารไทยธนชาต 1428 กด 03	 ศูนย์ ออมสิน 1115 กด 6	 ศูนย์ ซีไอเอ็มบี ไทย 0-2626-7777 กด 00
 ศูนย์ ไทยเครดิต เพื่อรายย่อย 0-2697-5454	 ศูนย์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ 0-2359-0000 กด 8	 ศูนย์ อาคารสงเคราะห์ 0-2645-9000 กด 33	 ศูนย์ เพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร 0-2555-0555 กด *3
 ศูนย์ ยูไอบี 0-2344-9555	 ศูนย์ ซิตีแบงก์ 0-2165-5555 กด 6	 ศูนย์ เกียรตินาคินภัทร 0-2165-5555 กด 6	 ศูนย์ ทีสไอ 0-2633-6000 กด *7

Bank of Thailand

คิวอาร์โค้ด และเกม STAAS



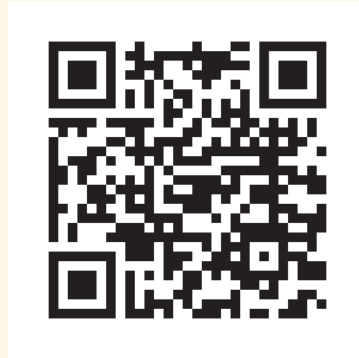
คลิปตัวอย่างการใช้ AI เพื่อการลอกกลง
ที่มา กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



คลิปคาถา หยุด
ที่มา ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ



คลิปคาถา ถาม
ที่มา ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ



คลิปจำลองเบื้องหลังการทำโฆษณา
ที่มา ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ



คลิปคาถา คิด
ที่มา ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ



คลิปคาถา ทำ
ที่มา ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ



คลิปรวมคาถา หยุด คิด ถ้าม ทำ
ที่มา ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ



วิธีทัศน สปอตวิทยุ และสื่อการสอน
ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ



स्ताซ...เกมออนไลน์เพื่อฝึกทักษะ หยุด คิด ถ้าม ทำ
สามารถดาวน์โหลดได้ทั้งระบบ android และ iOS
โดยพิมพ์คำว่า STAAS ในช่องค้นหา

คณะผู้จัดทำ

ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดวงพร คำณวนวัฒน์	ที่ปรึกษา
รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิยา ดวงกุ่มเมศ	ประธานศูนย์ฯ
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์	นักวิจัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงษ์ บุญรักษา	นักวิจัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงเดช พันธะพุมมี	นักวิจัย
ดร.สิรินทร พิบูลภานุวัธน์	นักวิจัย
อาจารย์วราภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ	นักวิจัย
อาจารย์ญาศิณี เคารพธรรม	ผู้ประสานงาน

กลุ่มคนตัว D บริษัท ทำมาปิ่น จำกัด

คุณกฤตตฤณ พรหมเสน
คุณฐานิสร์ ริวสุวรรณ
คุณสุสมา สุขพัฒน์

ทั้งนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณ “คณะทำงานพัฒนาหลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ”
ที่แต่งตั้งตามคำสั่งกรมกิจการผู้สูงอายุที่ 284/2565 ทุกท่าน
ที่ได้ร่วมพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำหลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อในครั้งนี้





ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย
มหาวิทยาลัยมหิดล
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
คนตัวD และกรมกิจการผู้สูงอายุ