# รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)
# โครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อ
# ด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”

เสนอ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(สำนักงาน กสทช.)

โดย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พฤศจิกายน 2565

**สารบัญ**

บทที่ 1 บทนำ ........ 1
1. หลักการและเหตุผล ........ 1
2. วัตถุประสงค์ ........ 2
3. กลุ่มเป้าหมาย ........ 2
4. ระยะเวลาในการดำเนินการโครงการ ........ 3
5. ประโยชน์ที่ได้รับ ........ 3
6. ผลผลิตของโครงการ ........ 4
7. ผลลัพธ์ของโครงการ ........ 4
8. กรอบแนวคิดในการศึกษา ........ 5
บทที่ 2 ผลการศึกษาและรายงานรูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย ........ 6
1. ผลการศึกษารูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย ........ 6
2. ผลการรวบรวมข้อมูลของสื่อกระแสหลักภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. และช่องทางสื่ออื่น ๆ ในยุคสื่อหลอมรวม ที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ........ 14
บทที่ 3 การสำรวจแนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อ เพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอเนื้อหา ในช่องทางของตนเองให้มีความน่าเชื่อถือ และนำมาวิเคราะห์มิติในการนำเสนอ ........ 142
1. การออกแบบวิเคราะห์แนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อ เพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอเนื้อหา ... 144
2. การใช้โปรแกรม Google Trend ช่วยรวบรวมคีย์เวิร์ด ........ 147
3. การนำกลุ่มคำสำคัญ (Keyword) ไปตั้งค่าในโปรแกรม Social Listening ........ 154
บทที่ 4 รายงานการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ........ 168
1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ........ 168
2. ข้อมูลลักษณะการเปิดรับสื่อในแง่มุมต่าง ๆ ........ 174
3. ทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ........ 195
4. ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ........ 217
บทที่ 5 รายงานการพัฒนาหลักสูตรด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสื่อใหม่ ........ 221
1. การออกแบบและจัดทำ (ร่าง) เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่ ........ 221

2. การจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ....... 233
3. การปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ....... 266
บทที่ 6 สรุปรายงานผลการดำเนินงาน การจัดการอบรมนำร่องและการนำผลการอบรมนำร่องมาปรับปรุงเป็นหลักสูตร ....... 391
1. ขอบเขตการจัดอบรมนำร่องหลักสูตรด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” ....... 391
2. รูปแบบการอบรมนำร่องหลักสูตร ถ่ายทอดองค์ความรู้ ประกอบด้วยการปฏิบัติกิจกรรมที่สามารถติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม ....... 402
3. การนำผลที่ได้รับจากการอบรมนำร่องมาปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรสื่อสังคมยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ....... 414
4. คลิปวิดีโอเนื้อหาหลักสูตรด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” ในรูปแบบ E-Learning ....... 419
ภาคผนวก ....... 423
เอกสารประกอบการอบรมนำร่อง โครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” ....... 424

# บทที่ 1 บทนำ

## 1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นกระแสสังคมผ่านสื่อ Social Media ของกลุ่มประชาชนหรือผู้บริโภคที่สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากการเข้ามาของอินเทอร์เน็ต ทำให้ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารไม่จำกัดแค่เครื่องรับวิทยุหรือเครื่องรับโทรทัศน์อีกต่อไป อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็วทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยเช่นเดียวกัน การรับข้อมูลจากสื่อช่องทางต่าง ๆ โดยขาดการกลั่นกรองที่ถูกต้อง และการวิเคราะห์ที่เหมาะสม จะนำไปสู่การรวมกลุ่มเพื่อเกิดการต่อต้านการกระทำต่าง ๆ ที่เป็นกระแสสังคมในแต่ละช่วงเวลาได้ เนื่องจากไม่มีการตรวจสอบความถูกต้อง ไม่สามารถทราบแหล่งที่มาชัดเจน การใช้กลยุทธ์ที่เน้นการสร้างจุดเด่นหรือความน่าสนใจในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารนั้นต่อประชาชน ทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด ความเกลียดชังแบ่งฝักแบ่งฝ่าย ขยายไปสู่ความขัดแย้งในสังคม

การเคลื่อนไหวทางสังคมนั้น มีพัฒนาการของนิยามเช่นเดียวกันกับพัฒนาทางเทคโนโลยี โดยดั้งเดิมแล้วการเคลื่อนไหวทางสังคม มักถูกผูกติดอยู่กับนัยทางการเมือง และการออกมาเคลื่อนไหวทางกายภาพเท่านั้น แต่ปัจจุบันหากพิจารณาความหมายของสังคมหรือชุมชน โดยขยายขอบเขตถึงชุมชน หรือสังคมบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากพัฒนาการทางเทคโนโลยี ซึ่งขจัดอุปสรรคในการรวมกลุ่ม เช่น สถานที่และระยะทาง ทำให้การรวมกลุ่มในประเด็นต่าง ๆ สามารถกระทำได้โดยง่ายทั้งเชิงบวกและเชิงลบ อาทิ การรวมกลุ่มเพื่อแสดงความเกลียดชังต่อบุคคล การรวมกลุ่มเพื่อรณรงค์ประเด็นทางสังคม และค่อย ๆ พัฒนาจากการรวมกลุ่มบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมต่าง ๆ ไปสู่การรวมกลุ่มทางกายภาพ เพื่อยกระดับการเคลื่อนไหวในท้ายที่สุด การสร้างกฎและกติกาทางการเคลื่อนไหวทางสังคมร่วมกันที่ชัดเจน จึงมีความสำคัญเป็นอันมากเพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมได้อย่างสงบสุข

การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ทำให้การให้บริการสื่อทุกแพลตฟอร์มสามารถให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลได้โดยง่าย โดยผู้รับชมมีความคุ้นเคยที่จะรับชมสื่อผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมยุคใหม่ เช่น ผู้ให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลได้มีการปรับตัวนำเนื้อหาเข้าสู่ช่องทางสื่อสังคมยุคใหม่ เพื่อเป็นการปรับตัวเข้าสู่พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้ผู้รับชมได้รับเนื้อหาของผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. ผ่านสื่อสังคมยุคใหม่

ดังนั้น เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของสื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม จึงหมายรวมทั้งผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่ ที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งนำไปสู่การจัดทำหลักสูตรด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ที่มีความเหมาะสม สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการ

กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่ โดยหลักสูตรนี้จะนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษารูปแบบลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย

2.2 เพื่อสำรวจลักษณะการเคลื่อนไหวทางสังคมในสื่อสังคมยุคใหมในประเทศไทย

2.3 เพื่อศึกษาเนื้อหาด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" ที่มีความเหมาะสม สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่

2.4 เพื่อออกแบบ และจัดทำเนื้อหา ด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่

2.5 เพื่อจัดการอบรมนำร่องด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" โดยมุ่งเน้นให้มีกิจกรรมที่สามารถกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมอบรมมีความตระหนักด้านบทบาทของสื่อที่มีต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม และการจัดอบรมต้องประกอบด้วยกิจกรรมที่สามารถติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

2.6 เพื่อนำผลการอบรมนำร่องมาปรับปรุงเป็นหลักสูตรด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่ สำหรับใช้ในการพัฒนาบุคลากรในปีต่อไป

## 3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

3.1.1 ประเภทกิจการกระจายเสียง คือ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการสาธารณะ[1] และประเภทกิจการทางธุรกิจ[2] และผู้ทดลองออกอากาศ

[1] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการสาธารณะ วันที่ค้นข้อมูล 19 เมษายน 2565, www.broadcast.nbtc.go.th/radio-radio_test-radio_newlist

[2] รายชื่อผู้ชนะการประมูลคลื่นความถี่ประเภทกิจการทางธุรกิจ ในระบบ เอฟเอ็ม วันที่ค้นข้อมูล 19 เมษายน 2565, จาก www.broadcast.nbtc.go.th/data/document/law/doc/th/650200000003.pdf

วิทยุกระจายเสียงในระบบเอฟเอ็ม[3] และผู้ทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการสาธารณะ ประเภทกิจการบริการชุมชน และประเภทกิจการทางธุรกิจ

3.1.2 ประเภทกิจการโทรทัศน์ คือ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ (ช่องทีวีดิจิทัล) ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ เช่น โครงข่ายเคเบิล โครงข่ายดาวเทียม และผู้ประกอบกิจการช่องรายการ

3.2 กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน คือ ผู้ผลิตรายการ ผู้กำกับ นักข่าว ผู้ประกาศ ผู้จัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ นักประชาสัมพันธ์ นักแสดง นักร้อง พิธีกร บรรณาธิการข่าว นักหนังสือพิมพ์ และสื่อใหม่

3.3 สื่อใหม่ โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วย Social Network Social Movement Social Media New Social Movement New media impact และภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป

3.4 กลุ่มเครือข่ายทางสังคม

**4. ระยะเวลาในการดำเนินการโครงการ**

ภายในระยะเวลา 270 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

**5. ประโยชน์ที่ได้รับ**

5.1 สำนักงาน กสทช. ได้รับผลการศึกษาและเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่

5.2 สำนักงาน กสทช. ได้รับผลการอบรมนำร่องด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสื่อใหม่ ตามแผนการพัฒนาวิชาชีพระยะสั้น เพื่อนำมาปรับปรุงหลักสูตรด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”

5.3 สำนักงาน กสทช. ได้รับหลักสูตรด้าน“สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ที่ได้รับการปรับปรุงการผลการอบรมนำร่องแล้ว โดยเป็นหลักสูตรที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่ สำหรับใช้ในการพัฒนาบุคลากรในปีต่อไป ตามแผนการพัฒนาวิชาชีพระยะสั้น โดยผ่านการประเมินจากผู้เข้ารับการอบรม

[3] ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ว่าด้วยการทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบเอฟเอ็ม วันที่ค้นข้อมูล 19 เมษายน 2565, จาก www.broadcast.nbtc.go.th/radio-radio_test-radio_allow และ www.broadcast.nbtc.go.th/data/document/law/doc/th/650200000002.pdf

5.4 ผู้ประกอบวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่ ได้รับความรู้ด้านจริยธรรม การเลือกเนื้อหาข่าวสารที่ถูกต้องและความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่สู่ประชาชน

**6. ผลผลิตของโครงการ**

6.1 รายงานผลการศึกษารูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย

6.2 รายงานผลการรวบรวมข้อมูลของสื่อกระแสหลักภายใต้การกำกับดูแลของ สำนักงาน กสทช. และช่องทางสื่ออื่น ๆ ในยุคสื่อหลอมรวม ที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

6.3 รายงานผลการวิเคราะห์แนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อ เพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอเนื้อหา

6.4 รายงานผลการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

6.5 รายงานการพัฒนาหลักสูตรด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ที่มีความเหมาะสม สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่

6.6 หลักสูตรด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" ในรูปแบบคลิปวิดีโอ โดยแบ่งบทเรียนเป็นบทย่อย เพื่อเตรียมปรับใช้เป็นการอบรมแบบ E-Training หรือ E-Learning

6.7 รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"

6.8 มีการจัดประชุมนักวิชาการที่มีความรู้ความสามารถด้านสื่อ ร่วมกับผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาเป็นหลักสูตรด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"

6.9 ผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่ ได้รับการอบรมนำร่องจำนวน 2 รุ่น เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

**7. ผลลัพธ์ของโครงการ**

7.1 การพัฒนาบุคลากร หรือผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่นั้น สามารถดำเนินการโดยนำหลักสูตรด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" ไปใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

7.2 ผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและสื่อใหม่ มีความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

## 8. กรอบแนวคิดในการศึกษา

กรอบการดำเนินโครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"

ภาพที่ 1 กรอบแนวทางการดำเนินงาน

# บทที่ 2 ผลการศึกษาและรายงานรูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคม ที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการศึกษาและรายงานรูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย และดำเนินการศึกษาและและจัดทำรายงานผลการรวบรวมข้อมูลของสื่อกระแสหลักภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. และช่องทางสื่ออื่น ๆ ในยุคสื่อหลอมรวมที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย โดยสามารถครอบคลุม Application ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอการศึกษาดังนี้

1. ผลการศึกษารูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย

2. ผลการรวบรวมข้อมูลของสื่อกระแสหลักภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. และช่องทางสื่ออื่น ๆ ในยุคสื่อหลอมรวม ที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

จากหัวข้อข้างต้นในการศึกษาและการรวบรวมข้อมูลของการรายงานผลนั้น ที่ปรึกษาได้นำเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

## 1. ผลการศึกษารูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย

การดำเนินการศึกษารูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทยนั้น เริ่มต้นจากจุดศูนย์กลางของการศึกษา ได้แก่ เครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในประเทศไทยปัจจุบันซึ่งต้องมีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม เมื่อระบุกรอบของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมได้แล้ว จึงทำการศึกษารูปแบบของสื่อกลางที่มีความเกี่ยวข้องและบทบาทในการสื่อสารประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมในทุกมิติ ซึ่งเมื่อทราบรูปแบบของสื่อกลางว่าสามารถจำแนกรูปแบบได้อย่างไรบ้างแล้วนั้น จึงทำการศึกษาลักษณะของสื่อที่เกิดขึ้นภายใต้รูปแบบของสื่อกลางแต่ละรูปแบบ แล้วจึงดำเนินการจัดประเภทและทำการรายงานผลการศึกษา ซึ่งได้แสดงผลการศึกษาต่อไปนี้

### 1.1 เครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย

หากพิจารณาการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ในมิติที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่นั้น สามารถจำแนกเป็น 3 กลุ่ม การเคลื่อนไหวทางสังคมที่ยังคงมีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องในขณะที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อความเป็นปัจจุบันของเนื้อหาที่ศึกษา โดยได้จำแนกเป็น 3 รูปแบบของการเคลื่อนไหวทางสังคม เพื่อให้มีความหลากหลายของมิติการเคลื่อนไหวดังนี้

1.1.1 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

1.1.1.1 การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษา

1.1.1.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน

1.1.1.3 การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะศึกษา

1.1.1.4 การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มปกป้องสถาบัน

1.1.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1.1.2.1 การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มรถบรรทุก

1.1.2.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มชาวนา

1.1.3 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์ในการสมรสเท่าเทียม

จากภาพรวมความหลากหลายของมิติขอบเขตในประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมข้างต้น จึงนำไปเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบและลักษณะของสื่อกลางที่กลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคมต่าง ๆ ได้ปรากฏการเคลื่อนไหวผ่านสื่อสังคมยุคใหม่ โดยสามารถแสดงผลการศึกษาที่ได้จำแนก รูปแบบ และลักษณะของสื่อกลางได้ดังต่อไปนี้

**1.2 รูปแบบและลักษณะของสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย**

เมื่อทำการศึกษาการเคลื่อนไหวทางสังคมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และด้านการเรียกร้องสิทธิ์ พบว่า สื่อกลางของการเคลื่อนไหวนั้นเกิดขึ้นเป็น 2 รูปแบบของประเภทสื่อ ซึ่งมีความสัมพันธ์และเกิดการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันตามลักษณะของนิเวศสื่อ โดยมีสื่อกลาง 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) สื่อกลางภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. และ 2) สื่อกลางแบบสื่อสังคมยุคใหม่ที่ให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งได้แสดงรายละเอียดของรูปแบบ และลักษณะของสื่อกลางทั้ง 2 ประเภท ดังนี้

1.2.1 รูปแบบสื่อกลางภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

การให้บริการสื่อภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ และสื่อกระจายเสียงนั้น มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมอย่างมาก เนื่องจากหากมีการถ่ายทอดหรือรายงานเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม จะทำให้เกิดการรับรู้เป็นวงกว้างและมีการกล่าวถึงมากขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์

เนื่องจากการให้บริการภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. นั้น มีประกาศที่เกี่ยวข้องที่ช่วยกำกับดูแลขอบเขตในการนำเสนอเนื้อหาของผู้รับใบอนุญาต ดังนั้น เนื้อหาต่าง ๆ ที่นำเสนอในสื่อประเภทนี้จึงมีการคัดกรองและตรวจสอบ รวมทั้งมีความระมัดระวังในการนำเสนอ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบ

กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551[4] ที่ได้กำหนดแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเอาไว้ในหมวด 2 รายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มาตรา 37 โดยห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการกระทำซึ่งเข้าข่ายลักษณะลามกอนาจารหรือมีผลกระทบต่อการเกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ตรวจสอบและให้ระงับการออกอากาศรายการที่มีลักษณะตามวรรคหนึ่ง หากผู้รับใบอนุญาตไม่ดำเนินการให้กรรมการ ซึ่งคณะกรรมการมอบหมายมีอำนาจสั่งด้วยวาจา หรือเป็นหนังสือให้ระงับการออกอากาศรายการนั้นได้ทันที และให้คณะกรรมการสอบสวนข้อเท็จจริงกรณีดังกล่าวโดยพลัน

ในกรณีที่คณะกรรมการสอบสวนแล้วเห็นว่าการกระทำดังกล่าว เกิดจากการละเลยของผู้รับใบอนุญาตจริง ให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการแก้ไขตามที่สมควร หรืออาจพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตก็ได้

โดยการให้บริการสื่อภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. นั้น สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะการให้บริการ ได้แก่

1.2.1.1 ประเภทกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ กิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ (ช่องทีวีดิจิทัล) กิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ เช่น โครงข่ายเคเบิล โครงข่ายดาวเทียม และผู้ประกอบกิจการช่องรายการที่ให้บริการภายใต้ช่องโทรทัศน์ต่าง ๆ ซึ่งช่องรายการที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมนั้น ได้แก่ ช่องรายการประเภทข่าวสาร ประเภทข่าวสารและบันเทิง และประเภทบันเทิง

ภาพที่ 2 ตัวอย่าง สื่อกลางในรูปแบบการประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ (ช่องทีวีดิจิทัล) และประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ เช่น โครงข่ายเคเบิล โครงข่ายดาวเทียม ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

[4] พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551. (2551, 4 มีนาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 125 ตอนที่ 42 ก. หน้า 29-30.

ภาพที่ 3 ตัวอย่าง สื่อกลางในรูปแบบการประกอบกิจการช่องรายการที่ให้บริการภายใต้ช่องโทรทัศน์ต่าง ๆ ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

1.2.1.2 ประเภทกิจการกระจายเสียง ได้แก่ กิจการวิทยุกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการสาธารณะ และประเภทกิจการทางธุรกิจ และการทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบเอฟเอ็ม และการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง ประเภทกิจการบริการสาธารณะ ประเภทกิจการบริการชุมชน และประเภทกิจการทางธุรกิจ

ภาพที่ 4 ตัวอย่างสื่อกลางในรูปแบบการประกอบกิจการกระจายเสียงภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

1.2.2 รูปแบบสื่อกลางแบบสื่อสังคมยุคใหม่ ซึ่งให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

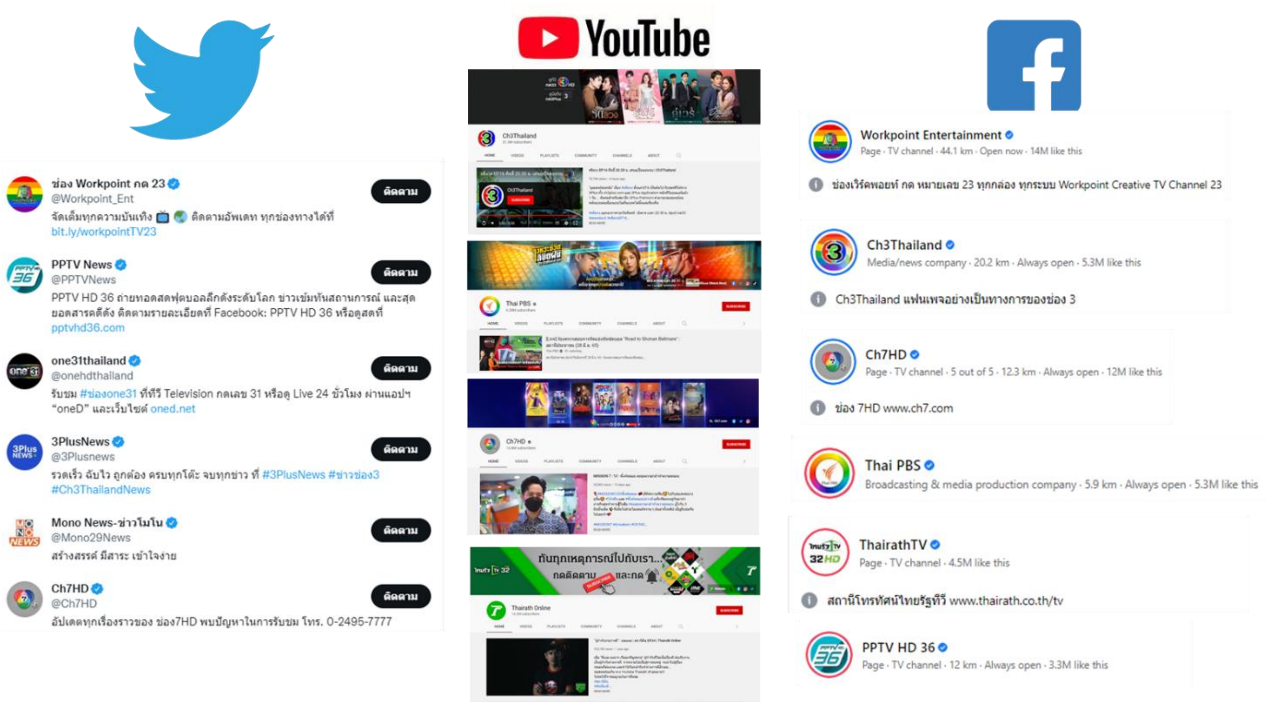
สื่อสังคมยุคใหม่มีความสัมพันธ์อย่างมากกับการเคลื่อนไหวทางสังคมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และด้านการเรียกร้องสิทธิ์ โดยมีอรรถประโยชน์ อาทิ การเป็นช่องทางสื่อสารอย่างเป็นทางการของกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคม การเป็นช่องทางที่เกิดการแสดงความเห็น การเป็นแหล่งข่าวที่สำคัญของสื่อกระแสหลัก การเป็นช่องทางออกอากาศของสื่อกระแสหลักเพื่อสื่อสารกับผู้ใช้งานสื่อสังคม และการเป็นช่องทางระดมการเข้าชื่อเสนอข้อเรียกร้องให้มีความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคม เป็นต้น โดยสามารถจำแนกลักษณะของสื่อภายใต้รูปแบบออนไลน์ได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1.2.2.1 การให้บริการที่มีลักษณะเป็นแพลตฟอร์มการใช้งานเครือข่ายทางสังคมที่มีฟังก์ชันการใช้งานที่แตกต่างซึ่งแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมในการเคลื่อนไหวทางสังคมนั้น ได้แก่ ทวิตเตอร์ (Twitter) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) และ ติ๊กตอก (Tiktok)

ภาพที่ 5 ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มการใช้งานเครือข่ายทางสังคม

1.2.2.2 การให้บริการที่มีลักษณะของการเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยสามารถจำแนกได้เป็น 4 ลักษณะของผู้ให้บริการเนื้อหา ดังนี้

1) ผู้ให้บริการเนื้อหาที่มีลักษณะของการขยายช่องทางการให้บริการภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. ซึ่งเป็นการปรับตัวของผู้ประกอบกิจการสื่อกระแสหลักที่นำเนื้อหาที่ผลิตเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเป็นการรักษาฐานผู้ชม รักษาความต่อเนื่องของการรับบริการ ตามพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไป โดยปัจจุบันผู้ให้บริการในกลุ่มนี้ได้มีการสร้างสรรค์เนื้อหาเพิ่มเติมที่สามารถรับชมทางแพลตฟอร์มออนไลน์หรือแอปพลิเคชันโดยเฉพาะ เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้งานยังมีความผูกพันกับผู้ให้บริการอยู่เช่นเดิม เนื่องจากการให้บริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์นั้น ต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการอื่นที่มีเนื้อหาจำนวนมากกว่าผู้ให้บริการผ่านโครงข่ายโทรทัศน์หรือวิทยุด้วยกันหลายเท่าตัว




ภาพที่ 6 ผู้ให้บริการเนื้อหาที่มีลักษณะของการขยายช่องทางการให้บริการภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

2) ผู้ให้บริการเนื้อหาที่มีลักษณะการประกอบกิจการเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาและบริการผ่านช่องทางออนไลน์โดยเฉพาะ ซึ่งมีจำนวนที่หลากหลายมาก และมีความเฉพาะทางที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบกิจการ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง เนื่องจากการให้บริการเนื้อหาผ่านช่องทางออนไลน์นั้น มีอิสระในการนำเสนอเนื้อหา จึงทำให้มีความแตกต่างของเนื้อหา การใช้ภาษา และรูปแบบการจัดรายการที่ทำให้มีความน่าสนใจมากกว่าสื่อกระแสหลัก

VOICE TV | The MOMENTUM | THE STANDARD STAND UP FOR THE PEOPLE | The MATTER

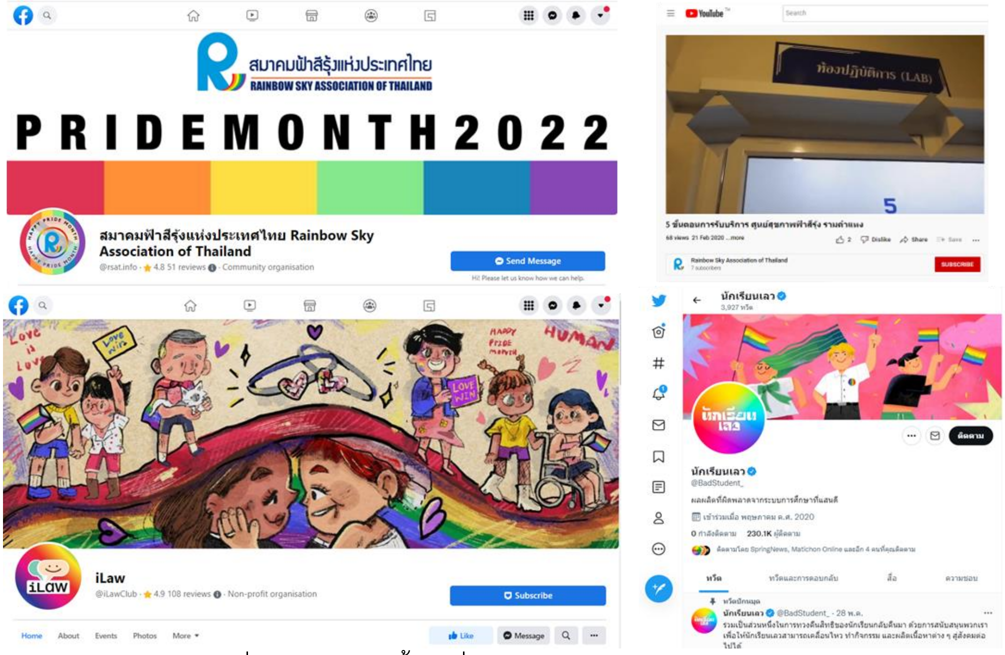
ภาพที่ 7 ผู้ให้บริการเนื้อหาที่มีลักษณะการประกอบกิจการเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาและบริการผ่านช่องทางออนไลน์โดยเฉพาะ

3) ผู้ให้บริการเนื้อหาที่ขยายการบริการจากการเป็นผู้ประกอบกิจการสื่อสิ่งพิมพ์และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน โดยลักษณะเนื้อหาในกลุ่มนี้ จะมีความลึกซึ้งของเนื้อหา เนื่องจากผู้ผลิตเนื้อหาเป็นสื่อสารมวลชนที่มีทักษะในการค้นคว้า คัดสรร เรียบเรียง และนำเสนอเนื้อหา โดยมักจะมีมิติของการนำเสนอที่รอบด้านมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ข่าวสด | ISRANEWS AGENCY สำนักข่าวอิศรา | THE REPORTERS | ไทยโพสต์ | MGR ONLINE | อีจัน

ภาพที่ 8 ผู้ให้บริการเนื้อหาที่ขยายการบริการจากการเป็นผู้ประกอบกิจการสื่อสิ่งพิมพ์ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน

4) ผู้นำเสนอเนื้อหาที่เป็นองค์กร หน่วยงาน กลุ่มทางสังคม ที่ใช้ช่องทางสื่อสังคมเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ และดำเนินกิจกรรมตามพันธกิจของตนเอง




ภาพที่ 9 ผู้ให้บริการเนื้อหาที่เป็นองค์กร หน่วยงาน กลุ่มทางสังคม

5) ผู้นำเสนอเนื้อหาโดยใช้บัญชีผู้ใช้งานประเภทบุคคล ซึ่งเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาด้วยตนเองในบริบทที่แตกต่างกันไป อาทิ การเสนอเนื้อหาการเคลื่อนไหวทางสังคมจากประสบการณ์จริงหรือจากสถานที่จริง การนำเสนอเนื้อหาที่เขียนขึ้นมาตามมุมมองของตนเองและค้นคว้าด้วยตนเอง โดยผู้ใช้งานประเภทบุคคลยังสามารถจำแนกย่อยลงไปอีกตามลักษณะของบุคคลนั้น ได้แก่

5.1) บัญชีผู้ใช้งานประเภทบุคคลที่มีผู้ติดตามมาก (Influencer)

ภาพที่ 10 ผู้ใช้งานประเภทบุคคลที่มีผู้ติดตามมาก (Influencer)

5.2) บัญชีผู้ใช้งานประเภทบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น บัญชีบุคคลของสื่อมวลชน บัญชีบุคคลของนักเคลื่อนไหว

ภาพที่ 11 ผู้ใช้งานประเภทบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

5.3) บัญชีผู้ใช้งานประเภทบุคคลทั่วไปที่นำเสนอเนื้อหาที่ได้รับความสนใจ ณ ขณะใดขณะหนึ่ง จนเกิดเป็นเทรนด์ความนิยม

ภาพที่ 12 บัญชีผู้ใช้งานประเภทบุคคลทั่วไปที่นำเสนอเนื้อหาที่ได้รับความสนใจ

จากผลการศึกษารูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย ซึ่งพบการจำแนกรูปแบบได้เป็นสองรูปแบบใหญ่ ๆ โดยใช้กรอบของการกำกับดูแลมาเป็นเกณฑ์ในการจำแนก ได้แก่ 1) สื่อที่มีรูปแบบการประกอบกิจการภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. และ 2) สื่อที่ดำเนินงานบนเครือข่ายออนไลน์โดยให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหาเหมือนกับสื่อที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. เช่นเดียวกัน โดยเป็นทางเลือกในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้ใช้งานสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากพัฒนาการทางเทคโนโลยี และในขณะเดียวกัน ฟากฝั่งของการให้บริการเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ก็เกิดผู้เล่นรายใหม่มีความเชี่ยวชาญในเนื้อหาเฉพาะทางมากขึ้น โดยสามารถสรุปเป็นแผนภาพดังนี้

ภาพที่ 13 รูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย

**2. ผลการรวบรวมข้อมูลของสื่อกระแสหลักภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. และช่องทางสื่ออื่น ๆ ในยุคสื่อหลอมรวม ที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย**

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการศึกษาและและจัดทำรายงานผลการรวบรวมข้อมูลของสื่อกระแสหลักภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. และช่องทางสื่ออื่น ๆ ในยุคสื่อหลอมรวม ที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย โดยสามารถครอบคลุม Application ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งจากการศึกษาเบื้องต้น ที่ปรึกษาได้กำหนด Application ที่เป็นสื่อกลางที่นิยมใช้ในการเคลื่อนไหวทางสังคมและมีการสื่อสารข้ามแพลตฟอร์มระหว่างสื่อกระแสหลัก ได้แก่ ทวิตเตอร์ (Twitter) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) และ ติ๊กตอก (Tiktok)

ด้านประเด็นของการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ที่จะนำมาเป็นกรณีศึกษาสำหรับรวบรวมข้อมูลนั้น ได้รวบรวมการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำการศึกษา โดยจำแนกเป็น 3 หมวดการเคลื่อนทางสังคม ได้แก่

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

ด้านการเมืองมีกลุ่มที่ออกมาเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตย ในแง่มุมที่เน้นการรักษาสิทธิ์ขั้นพื้นฐานที่ควรจะได้รับจากหน่วยงานของรัฐ อาทิ สวัสดิการ คุณภาพชีวิต เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นที่ไม่ถูกคุกคามทั้งทางกายภาพและทางจิตวิทยา แต่เนื่องด้วยผลลัพธ์ที่มาจากการบริหารงานของรัฐบาล การใช้พระราชอำนาจของพระมหากษัตริย์ การบังคับใช้กฎหมายอาญามาตรา 112 ส่งผลให้กลุ่มนักศึกษา นักเรียน และกลุ่มอาชีวะจึงออกมาเคลื่อนไหวทางการเมือง นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่สนับสนุนและยังคงเชื่อมั่นในการทำงานของรัฐบาลและกลุ่มที่ออกมาปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ ในการต่อต้านการแก้ไขกฎหมายอาญามาตรา 112

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

ทางด้านเศรษฐกิจมีกลุ่มที่ออกมาเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องการแก้ปัญหาปากท้อง ความเป็นอยู่ การดำเนินกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจ รวมถึงในแง่มุมที่เน้นการรักษาสิทธิ์ขั้นพื้นฐานที่ควรจะได้รับจากหน่วยงานของรัฐ อาทิ สวัสดิการ คุณภาพชีวิต เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นที่ไม่ถูกคุกคามทั้งทางกายภาพและทางจิตวิทยา เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจในสังคมปัจจุบันเริ่มมีความแปรปรวน เกิดปัญหาที่ยังไม่สามารถแก้ไขให้คลี่คลายไปในทิศทางที่เหมาะสม ส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบอาชีพชาวนา ซึ่งเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาราคาขายข้าวตกต่ำกว่าราคาต้นทุน ต้องออกมาเคลื่อนไหวทางด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งกลุ่มรถบรรทุกที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาราคาน้ำมันแพง ซึ่งเป็นปัญหาต่อการประกอบอาชีพที่ต้องแบกรับต้นทุนเพิ่มขึ้น

3) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์

ด้านเรียกร้องสิทธิ์มีกลุ่มที่ออกมาเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องการแก้ปัญหาในแง่มุมที่เน้นการรักษาสิทธิ์ขั้นพื้นฐานที่ควรจะได้รับจากหน่วยงานของรัฐ อาทิ สวัสดิการ คุณภาพชีวิต เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นที่ไม่ถูกคุกคามทั้งทางกายภาพและทางจิตวิทยา นอกจากนี้ สิทธิการเลือกคู่ครองเพื่อจดทะเบียน

สมรสฉันท์สามีภรรยาในประเทศไทย ยังถูกจำกัดเพียงเพศชายและเพศหญิง แต่ในสังคมยุคปัจจุบันผู้คนมีการเปิดกว้างด้านรสนิยมและยอมรับความหลากหลายทางเพศเพิ่มมากขึ้น ไม่จำกัดเพียงรสนิยมทางเพศตามเพศสภาพอีกต่อไป สิทธิของผู้มีความหลากหลายทางเพศนั้นถูกกดทับด้วยกฎหมายที่ไม่อนุมัติให้ผู้ที่มีรสนิยมเพศเดียวกันสมรสกันได้ ส่งผลให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบและรู้สึกไม่ได้รับความเป็นธรรมอย่างเท่าเทียม ออกมาเคลื่อนไหวในรูปแบบการชุมนุมเรียกร้อง เสนอแนวทางให้กับภาครัฐแก้กฎหมายที่จะส่งผลให้พวกเขาเข้าถึงสิทธิทางเลือกที่ต้องการจะมีครอบครัวผ่านการสมรสได้อย่างเท่าเทียมไม่ว่าจะเป็นเพศสภาพใดก็ตาม

จากการนำเสนอผลการรวบรวมข้อมูลของการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเรียกร้องสิทธิ์ เมื่อลำดับข้อมูลตามความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทยของสื่อแต่ละประเภทนั้น จึงลำดับความสำคัญของสื่อได้ดังต่อไปนี้

### 2.1 ความเคลื่อนไหวของสื่อกระแสหลักภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. ที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

#### 2.1.1 กิจการโทรทัศน์

2.1.1.1 กิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

1.1) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษา

เริ่มแรกการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มนักศึกษาจะอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์ในแพลตฟอร์ม Twitter เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการประท้วงในระยะแรกของกลุ่มนักศึกษาเกิดขึ้นภายหลังศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยยุบพรรคอนาคตใหม่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นพรรคที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักศึกษาและนักศึกษามองว่าการกระทำเช่นนี้เป็นการละเมิดอำนาจของประชาชน ส่งผลให้หลายมหาวิทยาลัยมีการจัดแฟลชม็อบเพื่อเคลื่อนไหวทางการเมือง เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งการจัดแฟลชม็อบของกลุ่มนักศึกษา ส่งผลให้มีการเกิดแฮชแท็กของกลุ่มนักเรียนนักศึกษาหลากหลายสถาบันบนสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ #ลูกพ่อขุนไม่รับใช้เผด็จการ #เกียมอุดมไม่ก้มหัวให้เผด็จการ เป็นต้น ทั้งนี้จากการเกิดขึ้นของแฟลชม็อบของกลุ่มนักศึกษาภายในรั้วมหาวิทยาลัยและบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ส่งผลให้ในระยะเวลาต่อมากลุ่มผู้ชุมนุมมีการนัดออกมาชุมนุมในเชิงทางกายภาพที่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตยตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการชุมนุมของกลุ่มนักศึกษาที่มีการดำเนินการชุมนุมมาอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามการนำเสนอข่าวประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษา สื่อโทรทัศน์จะนำเสนอข่าวเฉพาะบางการชุมนุมที่นักศึกษาจัดเท่านั้น ไม่จัดสรรช่วงเวลาของการนำเสนอข่าวการชุมนุมของนักศึกษามากเท่าสื่อใหม่ เนื่องจากอาจเป็นเพราะข้อจำกัดทางด้านเวลาที่สื่อโทรทัศน์ต้องมีผังรายการแบ่งช่วงเวลาชัดเจน มีเงื่อนไขและกฎข้อบังคับต่าง ๆ ในการออกอากาศด้วยเหตุนี้จึงทำให้การนำเสนอประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาจึงไม่สามารถ

นำเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วที่สอดรับกับอารมณ์และความรู้สึกของประชาชนในขณะนั้นที่มีการตื่นตัวทางการเมืองได้เท่ากับสื่อใหม่ นอกจากนี้การชุมนุมในระยะแรกของกลุ่มนักศึกษาที่ออกมาเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองในเชิงกายภาพบนพื้นที่สาธารณะ และสื่อโทรทัศน์ได้นำเสนอเนื้อหาข่าวการชุมนุมในระยะแรก ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ซึ่งเป็นสื่อสาธารณะที่มีพันธกิจที่สำคัญในการรับฟังเสียงของประชาชนรวมทั้งให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหารายการเพื่อเผยแพร่บนพื้นที่สื่อของช่อง ThaiPBS ได้ ดังนั้น เหตุการณ์การชุมนุมของนักศึกษาที่นำเสนอในช่อง ThaiPBS จึงเกาะติดสถานการณ์ตั้งแต่การชุมนุมในระยะแรก โดยเนื้อหาข่าวที่ออกอากาศจะเป็นเพียงข่าวสั้น กล่าวคือ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มสหภาพนักเรียนนิสิตและนักศึกษาแห่งประเทศไทย และกลุ่มเยาวชนปลดแอก ซึ่งมีนายทัตเทพ เรืองประไพกิจ เลขาธิการกลุ่มเยาวชนปลดแอก นางสาวจุฑาทิพย์ ศิริขันธ์ ประธานสหภาพนักเรียนนิสิตและนักศึกษาแห่งประเทศไทย นายพริษฐ์ ชิวารักษ์ และกลุ่มนักศึกษาจากหลายสถาบันเข้าร่วมการชุมนุม โดยเนื้อหาคำปราศรัยไม่เห็นด้วยกับการบริหารงานของรัฐบาล ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 และการจำกัดเสรีภาพในการแสดงออก ด้วยเหตุนี้จึงมีการเรียกร้องให้รัฐบาลมีการยุบสภาผู้แทนราษฎร การหยุดคุกคามประชาชน และการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่[5] ส่วนสื่อโทรทัศน์ประเภทธุรกิจได้มีการนำเสนอเช่นกัน แต่นำเสนอข่าวย้อนหลัง ได้แก่ ช่อง 3 ช่องเวิร์คพอยท์ และช่อง MCOT นอกจากนี้ ช่องอมรินทร์ทีวีนำเสนอข่าวผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทางเว็บไซต์แทน โดยช่องอมรินทร์ทีวีนำเสนอข้อเรียกร้องของกลุ่มนักศึกษาที่ปรากฏในเพจ Facebook ที่มีชื่อว่า เยาวชนปลดแอก (Free Youth) โดยนำเสนอประเด็นข้อเรียกร้องของเพจเยาวชนปลดแอกที่มีเนื้อหาสาระสำคัญฉบับเต็มมานำเสนอข่าวบนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของอมรินทร์ทีวี[6] อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าการจัดการชุมนุมของกลุ่มนักศึกษาจะมีการนัดออกมาชุมนุมอยู่หลายครั้ง อาทิ #วิ่งกันนะแฮมทาโร่ หรือ แฮร์รี่ พอตเตอร์ ไม้เท้าเสกคาถา ปกป้องประชาธิปไตย ซึ่งสื่อโทรทัศน์ไม่ได้มีการนำเสนอประเด็นการชุมนุมของกลุ่มนักศึกษาทุกครั้ง แต่สื่อโทรทัศน์ ช่อง ThaiPBS ยังคงเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มคณะประชาชนปลดแอกยังปักหลักการชุมนุมบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พร้อมข้อเรียกร้อง 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ขอให้รัฐบาลยุบสภา 2) เดินหน้าร่างรัฐธรรมนูญใหม่ และ 3) การเสนอให้รัฐหยุดคุกคามประชาชน ซึ่งช่อง ThaiPBS ยังได้ใช้พื้นที่สื่อสาธารณะในการสัมภาษณ์แกนนำของผู้ชุมนุมอีกด้วย[7] ส่วนการนำเสนอของช่องไทยรัฐทีวีที่เป็นสื่อโทรทัศน์ประเภทธุรกิจได้นำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์ของสำนักข่าวแทน อย่างไรก็ตามสื่อโทรทัศน์ในหลาย ๆ ช่องมีการเลือกนำเสนอเฉพาะที่แกนนำประกาศว่าจะมีการจัดการชุมนุมครั้งใหญ่ ยกตัวอย่างเช่น การชุมนุมวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 กลุ่มนักศึกษาจัดการชุมนุมในหัวข้อ 19 กันยาทวงอำนาจคืนราษฎรขึ้นที่สนามหลวง สื่อโทรทัศน์มีการเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมในหลายช่อง โดยช่อง ThaiPBS ช่อง PPTV และช่องไทยรัฐทีวี ได้มีการถ่ายทอดสดเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมอย่างต่อเนื่องบนสื่อโทรทัศน์

[5] ไทยพีบีเอส.(2563, 18 กรกฎาคม).กลุ่มนักศึกษาจัดกิจกรรมแสดงความเห็นทางการเมือง.www.youtube.com/watch?v=0GcTDLrLtR0

[6] อมรินทร์.(2563, 17 กรกฎาคม). เปิด 3 ข้อเรียกร้อง "เยาวชนปลดแอก" ก่อนนัดชุมนุมใหญ่ 18 ก.ค. นี้.www.amarintv.com/news/detail/39008

[7] ไทยพีบีเอส. (2563, 16 สิงหาคม). "รุ้ง" ไม่ขึ้นเวทีปลดแอก แกนนำย้ำ 3 ข้อเสนอเดิม. www.news.thaipbs.or.th/content/295532

ทั้งนี้ ช่อง ThaiPBS และช่องไทยรัฐทีวี นอกจากนำเสนอผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์แล้วยังได้มีการนำเสนอข่าวผ่านช่องทาง Facebook และYouTube ของสำนักข่าวในการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมอีกด้วย[8] ส่วนในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2563 ที่มีการจัดกิจกรรมภายใต้ชื่อเดียวกันคือ 19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ซึ่งเป็นกิจกรรมการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ของกลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมบริเวณท้องสนามหลวง โดยสื่อโทรทัศน์มีการนำเสนอการประมวลภาพกิจกรรมการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ของกลุ่มผู้ชุมนุม ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี ช่องอมรินทร์ทีวี และช่อง 3HD

ภาพที่ 14 ภาพการชุมนุมในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 ณ ท้องสนามหลวง
ที่มา: www.tlhr2014.com/archives/21614

การชุมนุมในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถือเป็นวันสำคัญทางประวัติศาสตร์เนื่องจากเป็นวันครบรอบเหตุการณ์การปราบผู้ชุมนุมในช่วงรัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจร จึงถือได้ว่าวันนี้เป็นการชุมนุมใหญ่ สื่อโทรทัศน์ได้มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์โดยช่อง ThaiPBS และช่องไทยรัฐทีวี รวมทั้งช่อง ThaiPBS และช่องไทยรัฐทีวี ยังคงใช้ช่องทาง Facebook และ YouTube ของสำนักข่าวในการติดตามสถานการณ์การชุมนุมด้วยเช่นกัน โดยพบว่ายอดจำนวนผู้เข้าชมการนำเสนอข่าวของช่อง ThaiPBS และช่องไทยรัฐทีวีมีผู้เข้าชมจำนวนมากระดับหลักแสน[9] จากการที่ยอดผู้เข้าชมเป็นจำนวนมากนี้ก็ถือได้ว่าเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สื่อโทรทัศน์ยังคงติดตามสถานการณ์การชุมนุม ซึ่งในวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถือได้ว่าเป็นการชุมนุมครั้งสำคัญ เนื่องจากกลุ่มผู้ชุมนุมที่เป็นกลุ่มนักศึกษานัดเคลื่อนขบวนไปยังทำเนียบรัฐบาล

[8] ไทยพีบีเอส. (2563, 19 กันยายน). ผู้ชุมนุมรวมตัวกันหน้าประตูใหญ่ ม.ธรรมศาสตร์. www.youtube.com/watch?v=V7syIQVCfj4 และไทยรัฐทีวี. (2563, 19 กันยายน). เกาะติด ชุมนุม 19 กันยา. www.youtube.com/watch?v=DFxg_CE_IOw

[9] ไทยพีบีเอส. (2563, 14 ตุลาคม). [Live] 14.15 น.อัปเดตสถานการณ์ผู้ชุมนุม. www.youtube.com/watch?v=rPEEUh1lUOI และไทยรัฐทีวี. (2563, 14 ตุลาคม). Live : เกาะติด สถานการณ์ #ชุมนุม14ตุลา. www.youtube.com/watch?v=S17beI3wf3Q

สื่อโทรทัศน์จึงมีการเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมอย่างใกล้ชิดผ่านการถ่ายทอดสดการชุมนุมบนสื่อโทรทัศน์และการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง Facebook และ YouTube ของสำนักข่าว ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี และช่องอมรินทร์ทีวี นอกจากนี้ในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มผู้ชุมนุมเดินขบวนจากแยกสามย่านไปยังสถานเอกอัครราชทูตเยอรมนี เพื่อยื่นหนังสือสอบถามเกี่ยวกับการใช้พระราชอำนาจและการประทับในประเทศเยอรมนี ของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว (พระมหากษัตริย์รัชกาลที่ 10 แห่งราชวงศ์จักรี) สื่อที่มีการติดตามสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี ช่องอมรินทร์ทีวี และช่อง PPTV รวมทั้งการชุมนุม วันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถือเป็นการชุมนุมใหญ่เช่นกัน เนื่องจากรัฐสภาลงมติไม่แก้ไขรัฐธรรมนูญหมวด 1 และหมวด 2 ปฏิเสธร่างรัฐธรรมนูญฉบับที่ iLaw ยกร่าง ส่งผลให้ผู้ชุมนุมไม่พอใจประเด็นร่างรัฐธรรมนูญ จึงจัดการชุมนุมที่แยกราชประสงค์ ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลให้สื่อโทรทัศน์มีการติดตามสถานการณ์การชุมนุมอย่างใกล้ชิดผ่านการถ่ายทอดสดการชุมนุมบนสื่อโทรทัศน์และการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง Facebook และ YouTube ของสำนักข่าว ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี และช่องอมรินทร์ทีวี อย่างไรก็ดีในช่วงปลายปี พ.ศ. 2563 ในวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มนักศึกษาได้จัดกิจกรรม “ยกเลิก 112 สิแล้วเราจะเล่าให้ฟัง” ซึ่งเป็นการชุมนุมครั้งสุดท้ายของปี พ.ศ. 2563 ซึ่งกลุ่มผู้ชุมนุมมีจำนวนลดน้อยลง เนื่องจากแกนนำหลายรายถูกดำเนินคดีในหลายข้อหา ส่งผลให้สื่อโทรทัศน์ไม่มีการถ่ายทอดสดเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมทางการเมืองของกลุ่มนักศึกษา แต่เป็นการตัดบางช่วงของการชุมนุมมานำเสนอข่าว ซึ่งสื่อโทรทัศน์ที่ยังคงมีการนำเสนอข่าวของกลุ่มผู้ชุมนุม ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี และช่อง PPTV ที่ยังคงติดตามสถานการณ์การชุมนุมครั้งสุดท้ายในช่วงปลายปี พ.ศ. 2563[10] โดยสรุปจากการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาของสื่อโทรทัศน์ จะเห็นได้ว่าสื่อโทรทัศน์ไม่ได้มีการนำเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วที่สอดรับกับอารมณ์และความรู้สึกของประชาชนในขณะนั้นที่มีการตระหนักรู้เกี่ยวกับเรื่องของประชาธิปไตยได้เท่ากับสื่อใหม่ อีกทั้งสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักมักจะหยิบยกประเด็นการเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้ชุมนุมเฉพาะที่เป็นการชุมนุมครั้งใหญ่ที่มีมวลชนเข้าร่วมเป็นจำนวนมากเป็นสำคัญ ยกเว้น ช่อง ThaiPBS ที่เกาะติดสถานการณ์การชุมนุมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นพันธกิจของช่องตามเงื่อนไขของสื่อโทรทัศน์ประเภทสาธารณะ สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อโทรทัศน์ได้ ดังนี้

[10] ไทยพีบีเอส. (2563, 10 ธันวาคม). แนวร่วมการชุมนุมเรียกร้องยกเลิก ม .112. www.youtube.com/watch?v=O2uz0o6bjJA ไทยรัฐทีวี. (2563, 10 ธันวาคม). แกนนำราษฎร จี้ยกเลิกมาตรา 112. www.youtube.com/watch?v=RNaO7x4MYnk และพีพีทีวี. (2563, 10 ธันวาคม). ชุมนุม 3 จุด วันรัฐธรรมนูญ. www.youtube.com/watch?v=_S3T0H5B4r0

ภาพที่ 15 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาโดยสื่อโทรทัศน์

1.2) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดปรากฏการณ์นักเรียนมัธยมชูสามนิ้วและติดโบขาวต้านเผด็จการ เพื่อจุดประสงค์ในการเรียกร้องให้นายณัฏฐพล ทีปสุวรรณ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ลาออกจากตำแหน่ง ด้วยการจัดการชุมนุมในเชิงกายภาพของกลุ่มนักเรียนภายใต้ชื่อ “นักเรียนเลว” จึงได้เริ่มต้นขึ้นในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2563 ทั้งนี้สำหรับข้อเรียกร้องของกลุ่มนักเรียนเลวคือ การเหลื่อมล้ำของการศึกษาและการละเมิดสิทธิในร่างกาย อย่างไรก็ดี ข้อเรียกร้องของกลุ่มนักเรียนเลวนี้สื่อโทรทัศน์ยังไม่ได้มีการหยิบยกประเด็นนี้มานำเสนอมากเท่าสื่อใหม่ โดยการชุมนุมในช่วงแรกของกลุ่มนักเรียนเลวในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2563 สื่อโทรทัศน์ที่นำเสนอข่าวในช่วงแรก ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ที่เกาะติดสถานการณ์การชุมนุม เนื่องจากเป็นสื่อโทรทัศน์ประเภทสาธารณะที่มีพันธกิจที่สำคัญในการรับฟังเสียงของประชาชน รวมทั้งให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมบนพื้นที่สื่อสาธารณะ ส่วนสื่อโทรทัศน์ประเภทธุรกิจได้มีการนำเสนอข่าวเพียงการตัดเป็นข่าวช่วงสั้น ๆ มานำเสนอ ได้แก่ ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง 3HD และช่องไทยรัฐทีวี ทั้งนี้กลุ่มนักเรียนเลวได้รับความสนใจจากสื่อโทรทัศน์เมื่อมีการยกระดับการชุมนุม โดยมีการจัดการชุมนุมครั้งใหญ่ภายใต้ชื่อป้ายบายไดโนเสาร์ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ที่บริเวณใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สื่อโทรทัศน์หลายช่องได้เกาะติดสถานการณ์การชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลว ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ไทยรัฐทีวี ช่อง 3HD ช่อง Workpoint และ ช่อง NationTV เป็นต้น ซึ่งแต่ละช่องมีการนำเสนอข่าวของกลุ่มนักเรียนเลวในมุมมองที่แตกต่างกัน ช่อง ThaiPBS เป็นช่องสาธารณะมีพันธกิจที่จะต้องให้พื้นที่ในการรับฟังเสียงของประชาชน

ฉะนั้นการรายงานข่าวของช่อง ThaiPBS จะให้พื้นที่การนำเสนอข่าวค่อนข้างมากกว่าสื่อโทรทัศน์ที่เป็นช่องธุรกิจ โดยช่อง ThaiPBS ได้มีการให้พื้นที่สื่อแก่ผู้ชุมนุมแสดงความคิดเห็นผ่านการสัมภาษณ์ผู้ที่เข้าร่วมการชุมนุมและสรุปความคิดเห็นของผู้ชุมนุมว่ากระทรวงศึกษาธิการตอบสนองไม่ตรงจุดข้อเรียกร้อง จึงจำเป็นที่จะต้องยกระดับการชุมนุมเป็นการเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง[11] ส่วนช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 3HD ช่อง Workpoint และ ช่อง NationTV ที่เป็นสื่อโทรทัศน์ประเภทธุรกิจได้มีการนำเสนอข่าวสั้นโดยสรุปภาพรวมของการจัดกิจกรรมและบรรยากาศในการชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลว

ภาพที่ 16 ภาพการชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลวในวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563
ที่มา : www.news.thaipbs.or.th/gallery/325

นอกจากนี้ในช่วงของปลายปี พ.ศ. 2563 กลุ่มนักเรียนเลวได้มีการจัดกิจกรรมนัดแต่งชุดไปรเวทไปโรงเรียนในวันเปิดภาคเรียน พร้อมทั้งมีการนัดชุมนุมที่หน้ากระทรวงศึกษาธิการเพื่อเสนอให้กระทรวงยกเลิกระเบียบบังคับใส่ชุดนักเรียน ซึ่งเป็นกิจกรรมส่งท้ายปีกิจกรรมสุดท้ายของกลุ่มนักเรียนเลว ซึ่งสื่อโทรทัศน์ได้มีการนำเสนอข่าว ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องอมรินทร์ทีวี และช่องไทยรัฐทีวีสามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อโทรทัศน์ได้ ดังนี้

[11] ไทยพีบีเอส. (2563, 23 พฤศจิกายน). รื้อปม (ม็อบนักเรียนเลว) ทางออกอนาคตพลเมือง : พลิกปมข่าว. www.youtube.com/watch?v=EvhA94zCmrY&list=LL&index=52&t=124s

ภาพที่ 17 สรุปการรายงานข่าว การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน โดยสื่อโทรทัศน์

1.3) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะ

เหตุการณ์การชุมนุมในช่วงปี พ.ศ. 2564 จะแตกต่างจากการชุมนุมในช่วงปี พ.ศ. 2563 ที่มีการยกระดับไปสู่ความรุนแรง โดยกลุ่มการเคลื่อนไหวที่มีชื่อเรียกว่า ม็อบดินแดง กลุ่มทะลุแก๊ส สืบเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจจากผลกระทบโควิด-19 การไม่สามารถเข้าถึงสวัสดิการขั้นพื้นฐานของรัฐ ด้วยสาเหตุเหล่านี้ส่งผลให้กลุ่มม็อบดินแดง หรือกลุ่มทะลุแก๊สขาดการเชื่อมั่นต่อนายกรัฐมนตรี จึงได้ออกมาชุมนุมเพื่อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีคนปัจจุบันลาออก อย่างไรก็ดี สื่อโทรทัศน์หลายช่องให้ความสนใจกับการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะ เนื่องจากเป็นการชุมนุมที่แตกต่างจากการชุมนุมที่มีความรุนแรง การเผชิญหน้ากับเจ้าหน้าที่ด้วยอาวุธต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนที่พักอาศัยอยู่บริเวณที่มีการปะทะระหว่างกลุ่มอาชีวะกับเจ้าหน้าที่ได้รับความเดือดร้อนจำนวนมาก ส่งผลให้สื่อโทรทัศน์หลายช่องเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมในช่วงเดือนสิงหาคมและกันยายนแบบรายวัน โดยสื่อที่มีการติดตามสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง NBT ช่องททบ.5 ช่องอมรินทร์ทีวี ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง NationTV ช่อง PPTV ช่อง 3HD และ ช่อง One31 ซึ่งสื่อโทรทัศน์ดังกล่าวข้างต้นจะมีการนำเสนอข่าวโดยการบรรยายสถานการณ์ ณ ขณะนั้นที่มีการปะทะกันระหว่างกลุ่มผู้ชุมนุมกับเจ้าหน้าที่ โดยสื่อที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมอย่างต่อเนื่องจะเป็นช่อง ThaiPBS นอกจากนี้มีสื่อโทรทัศน์บางช่องได้ให้พื้นที่สื่อในการสัมภาษณ์ความเห็นของกลุ่มผู้ชุมนุมอีกด้วย ได้แก่ ช่อง ThaiPBS และ ช่อง PPTV ซึ่งเป็นเสียงสะท้อนของกลุ่มผู้ชุมนุมถึงสาเหตุที่ออกมาชุมนุม เพราะปัญหาสภาพเศรษฐกิจตกต่ำที่มาจากการบริหารงานของรัฐบาลจึงมีความต้องการเรียกร้องให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีต้องลาออก[12]

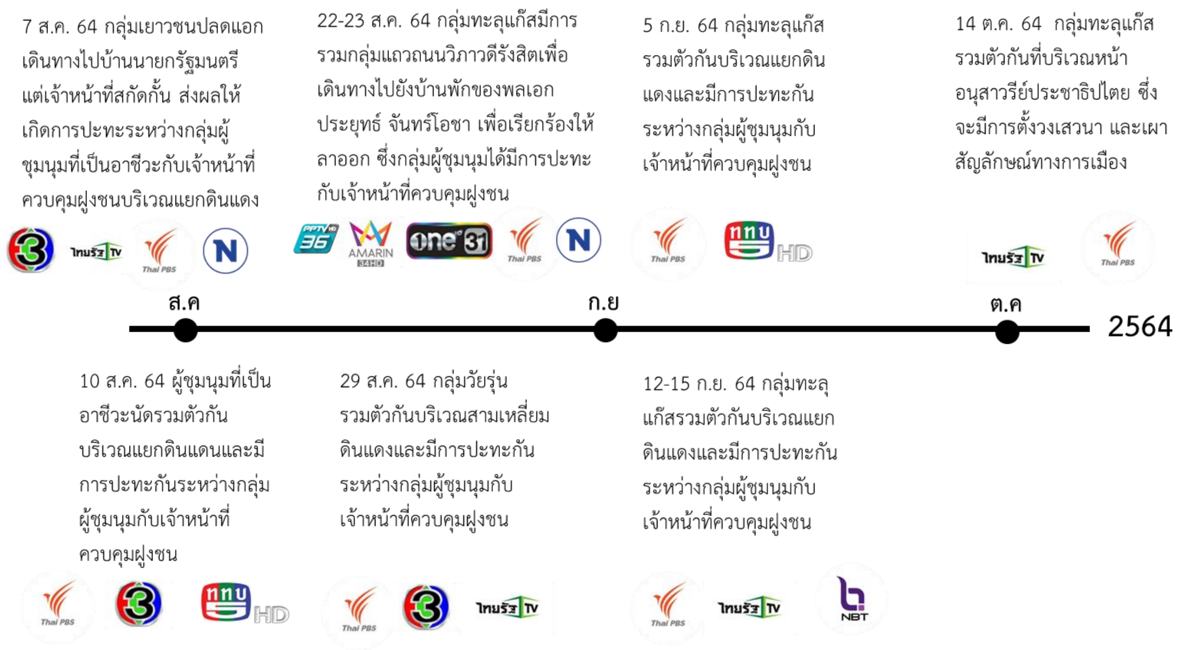
---

[12] ไทยพีบีเอส. (2564, 19 สิงหาคม). 19.07 น. ชุมนุมแยกดินแดง ต่อเนื่อง 1 สัปดาห์. www.youtube.com/watch?v=KQYvGbSwM0E และพีพีทีวี. (2564, 23 สิงหาคม). เปิดใจ "ม็อบดินแดง" ไปบ้าน "ประยุทธ์" เพื่อแสดงออก-สะท้อนปัญหา. www.pptvhd36.com/news/การเมือง/เปิดใจ "ม็อบดินแดง" ไปบ้าน "ประยุทธ์" เพื่อแสดงออก-สะท้อนปัญหา

ภาพที่ 18 ภาพการปะทะระหว่างกลุ่มผู้ชุมนุมกับเจ้าหน้าที่ควบคุมฝูงชนบริเวณแยกดินแดง

ที่มา : www.thairath.co.th/news/local/bangkok/2180325

อย่างไรก็ดีจากสถานการณ์การชุมนุมที่ยกระดับความรุนแรงนี้ สื่อโทรทัศน์สื่อกระแสหลักได้มีนำเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วสอดรับกับอารมณ์และความรู้สึกของประชาชนในขณะนั้นที่ต้องการทำความเข้าใจสถานการณ์การชุมนุมที่รุนแรงนี้ สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อโทรทัศน์ได้ ดังนี้




ภาพที่ 19 สรุปการรายงานข่าว การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะ โดยสื่อโทรทัศน์

1.4) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาลและกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดกลุ่มผู้ชุมนุมที่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการเรียกร้องของกลุ่มนักศึกษา ได้แก่ ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลและฝ่ายที่ออกมาปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ อย่างไรก็ดีฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลมีการจัดกิจกรรมเดินเชียร์ลุงขึ้น สื่อโทรทัศน์ได้มีการนำเสนอข่าวสั้น โดยตัดการนำเสนอบางช่วงของการชุมนุมไม่ได้เกาะติดสถานการณ์การชุมนุมเหมือนกับกลุ่มนักศึกษา เนื่องจากกิจกรรมที่กลุ่มเดินเชียร์ลุงจัดขึ้นเป็นกิจกรรมระยะสั้นภายในวันเดียว ไม่มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ช่องที่ได้มีการนำเสนอข่าวฝ่ายสนับสนุนรัฐบาล ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง NBT ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง PPTV ช่อง 3HD และ ช่อง One31 ส่วนกลุ่มผู้ชุมนุมอีกกลุ่มเป็นกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ ได้แก่ กลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันที่ออกมาเคลื่อนไหวการชุมนุมในเชิงกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะ โดยนัดรวมตัวที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยเพื่อแสดงออกในเชิงไม่เห็นด้วยกับกลุ่มนักศึกษาและต้องการให้หยุดจาบจ้วงและหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งช่องที่มีการนำเสนอข่าวกลุ่มผู้ชุมนุมศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันจะเป็นการนำเสนอข่าวสั้น แบบสรุปภาพรวมของกลุ่มผู้ชุมนุม ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง NBT ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง PPTV[13]

ภาพที่ 20 กลุ่มผู้ชุมนุมศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ทำกิจกรรมที่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย
ที่มา : www. thaiprotest.thaipbs.or.th/gallery

[13] ไทยพีบีเอส. (2563, 8 พฤศจิกายน). ศปปส.สังเกตการณ์กลุ่มราษฎร ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย. www.news.thaipbs.or.th/content/298157 NBT. (2563, 8 พฤศจิกายน). กลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบัน (ศปปส.) ยุติการชุมนุม. www.youtube.com/watch?v=XwDmCkJ0zyg อมรินทร์ทีวี. (2563, 8 พฤศจิกายน). กลุ่ม ศปปส.เฝ้าสังเกตการณ์คณะราษฎรชุมนุม. www.youtube.com/watch?v=i0EhfxJqUeI และพีพีทีวี. (2563, 8 พฤศจิกายน). ม็อบ 8 พฤศจิกา! กลุ่มผู้ชุมนุมทยอยเข้าพื้นที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย. www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน

ส่วนกลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบันได้มีการจัดการชุมนุมและมีแนวทางเช่นด้วยกันกับกลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบัน คือ ต้องการให้กลุ่มนักศึกษาหยุดจาบจ้วงและหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งทางกลุ่มได้มีการจัดกิจกรรมการชุมนุมในเชิงกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะแยกราชประสงค์ โดยสื่อโทรทัศน์ได้มีการนำเสนอข่าวสั้น แบบสรุปภาพรวมของกลุ่มผู้ชุมนุม ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ประเภทสาธารณะ ช่อง ThaiPBS ช่องททบ.5 ช่อง NBT[14] ส่วนสื่อโทรทัศน์ประเภทธุรกิจได้มีการนำเสนอผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ทางเว็บไซต์แทน ได้แก่ ช่องไทยรัฐทีวี ทั้งนี้ สรุปการรายงานข่าวของสื่อโทรทัศน์ได้ ดังนี้

ภาพที่ 21 สรุปการรายงานข่าว การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบัน โดยสื่อโทรทัศน์

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

2.1) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มรถบรรทุก

น้ำมันแพงเป็นผลสืบเนื่องมาจากสถานการณ์ราคาน้ำมันตลาดโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น เพราะเกิดจากความต้องการใช้พลังงานทั่วโลกเพิ่มขึ้นภายหลังเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิด-19 อีกทั้งมีปัจจัยค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง จึงส่งผลกระทบต่อราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศไทย[15] ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2564 ถึง ต้นปี พ.ศ. 2565 จึงได้มีการเกิดขึ้นของกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่มี

[14] ไทยพีบีเอส. (2564, 6 มีนาคม). "อาชีวะปกป้องสถาบัน" ยุติชุมนุมหน้าเซ็นทรัลเวิลด์. www.youtube.com/watch?v=I6dCjt-T0UM. ททบ.5. (2564, 7 มีนาคม). กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบัน รวมตัวชุมนุมที่แยกราชประสงค์. www.youtube.com/watch?v=PPXq-edOzzA. NBT. (2564, 7 มีนาคม). กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบัน นัดชุมนุมแยกราชประสงค์. www.youtube.com/watch?v=6X7OdpJdC_8

[15] ไทยรัฐ. (2564, 21 ตุลาคม). ชวนไขข้อสงสัย "ทำไมน้ำมันแพง" ไม่ใช่แค่เมืองไทย แต่เป็นทั่วโลก. www.thairath.co.th/business/feature/2223022

การนัดรวมตัวกันจัดกิจกรรม Truck Power เพื่อเสนอข้อเรียกร้องต่อรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาราคาน้ำมัน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ขอตรึงราคาน้ำมันดีเซล 25 บาทต่อลิตรเป็นเวลา 1 ปี 2) ลดภาษีสรรพสามิตลง 5 บาทต่อลิตร เป็นระยะเวลา 1 ปี และ 3) ยกเลิกการเก็บเงินเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นเวลา 1 ปี[16] อย่างไรก็ดี ในระยะแรกของการเกิดม็อบรถบรรทุกคือ วันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งสื่อโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอข่าว ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง Workpoint ช่อง 3HD ช่อง MCOT ได้นำเสนอข่าวของม็อบรถบรรทุก โดยการตัดเป็นข่าวสั้นเน้นการนำเสนอข่าวในเรื่องของเส้นทางที่ม็อบรถบรรทุกจะเคลื่อนขบวนทั้งหมด 6 เส้นทาง ได้แก่ 1) ถนนพระราม 2 เชื่อมต่อกาญจนาภิเษก 2) ถนนบรมราชชนนีเชื่อมต่อถนนกาญจนาภิเษก 3) ถนนสายเอเชียเชื่อมต่อบางปะอินจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) ถนนบางนาตราดเชื่อมต่อถนนกาญจนาภิเษก ฝั่งตะวันตก (บางพลี) จังหวัดสมุทรปราการ 5) ถนนสุขุมวิท อำภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เชื่อมต่อถนนหมายเลข 7 มอเตอร์เวย์แหลมฉบัง 6) ถนนรอบเมืองจังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งเน้นถึง 3 ข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุกที่ต้องการให้รัฐบาลช่วยแก้ไขปัญหาราคาน้ำมัน[17] นอกจากนี้ สื่อโทรทัศน์ช่อง PPTV ช่อง 7HD ช่อง NBT และช่องอมรินทร์ทีวีได้มีการนำเสนอข่าวเพิ่มเติมจากช่องอื่น ๆ ในแง่มุมของการให้พื้นที่สื่อในการสัมภาษณ์บุคคลที่สนับสนุนม็อบรถบรรทุกในการออกมาเรียกร้องต่อรัฐบาล ซึ่งสื่อโทรทัศน์ช่อง PPTV และช่อง 7HD ได้สัมภาษณ์นายอภิชาติ ไพรรุ่งเรือง ประธานสหพันธ์การขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย[18] ช่อง NBT ได้สัมภาษณ์นายชินพัฒน์ จารุวิทยานันท์ รองนายกสมาคมขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ไทย[19] และช่องอมรินทร์ทีวีสัมภาษณ์ประชาชนทั่วไปที่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันแพง [20] ส่วนวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 สื่อโทรทัศน์ที่ยังคงติดตามสถานการณ์การชุมนุมของม็อบรถบรรทุกที่ออกมาเคลื่อนไหวในระยะที่ 2 ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง PPTV ช่อง MCOT ช่องไทยรัฐทีวี ซึ่งสื่อโทรทัศน์ยังคงนำเสนอข่าวของม็อบรถบรรทุกโดยการตัดเป็นข่าวสั้นเน้นการนำเสนอข่าวบรรยายสถานการณ์การชุมนุม และเน้นย้ำเรื่องข้อเรียกร้อง 3 ข้อของกลุ่มม็อบรถบรรทุก ทั้งนี้ จากการที่รัฐบาลไม่ตอบสนองข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุก ส่งผลให้ม็อบรถบรรทุกจึงมีการยกระดับการชุมนุมขึ้นในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

---

[16] ไทยพีบีเอส. (2564, 19 ตุลาคม). 6 เส้นทาง รถบรรทุกเคลื่อนพล 10 โมง ร้องรัฐตรึงราคาดีเซล. www.news.thaipbs.or.th/content/308759

[17] ไทยพีบีเอส. (2564, 19 ตุลาคม). เช็ก 6 เส้นทาง รถบรรทุกเคลื่อนพล 10 โมง ร้องรัฐตรึงราคาดีเซล. www.news.thaipbs.or.th/content/308759 ไทยรัฐทีวี. (2564, 19 ตุลาคม). รถบรรทุกเคลื่อนขบวน จี้ตรึงดีเซล25บ./ลิตร. www.youtube.com/watch?v=n4Vkwq6wHf8 เวิร์คพอยท์. (2564, 19 ตุลาคม). ม็อบสิบล้อ ขีดเส้นตาย 1 อาทิตย์ต้องได้คำตอบเรื่องราคาน้ำมัน. www.workpointtoday.com/truck-power-2/ เรื่องเล่าเช้านี้. (2564, 19 ตุลาคม). ม็อบรถบรรทุก รวมพลัง 4 ถนนสายหลัก กดดันรัฐบาลตรึงดีเซล 25 บาท. www.youtube.com/watch?v=SUDhaXz04xA และ MCOT. (2564, 19 ตุลาคม). ถบรรทุกแสดงพลัง!! เรียกร้องรัฐ "ตรึงราคาดีเซล" 25 บาท/ลิตร. www.youtube.com/watch?v=mPLnpUrfFeM

[18] พีพีทีวี. (2564, 19 ตุลาคม). ม็อบรถบรรทุก จี้รัฐบาลตรึงราคาน้ำมันดีเซล. www.youtube.com/watch?v=DQJynAFfHAQ&list=LL&index=13&t=7s และช่อง7. (2564, 20 ตุลาคม). ตีตรงจุด : ขนส่งจ่ออัมพาต หลังรัฐปฏิเสธตรึงดีเซล 25 บาท. www.youtube.com/watch?v=9ESLl_XxhyM&list=LL&index=7

[19] NBT. (2564, 19 ตุลาคม). กลุ่มรถบรรทุกจัดคาราวานรวมพลังเรียกร้องรัฐตรึงราคาดีเซล. www.youtube.com/watch?v=1qqp3lj06q8

[20] อมริทร์ทีวี. (2564, 20 ตุลาคม). ม็อบรถบรรทุกพันคันประท้วงน้ำมันแพง. www.youtube.com/watch?v=lbcwsalNoBw&list=LL&index=6

โดยสื่อโทรทัศน์หลายช่องได้ให้ความสนใจในการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุก เนื่องจากม็อบในครั้งนี้ไม่ได้มีแค่รถบรรทุกเท่านั้นแต่มีกลุ่มรถแท็กซี่เข้ามาร่วมการชุมนุมด้วย เพราะประสบปัญหาสภาวะราคาของ NGV-LPG มีการปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน สื่อโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอม็อบรถบรรทุก ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง NBT ช่อง PPTV ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง Workpoint ช่อง GMM25 ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง 3HD ช่อง NationTV ซึ่งสื่อโทรทัศน์ดังกล่าวข้างต้น ได้นำเสนอข่าวของม็อบรถบรรทุกเป็นข่าวสั้นเน้นการนำเสนอข่าวการสัมภาษณ์นายอภิชาติ ไพรรุ่งเรือง ประธานสหพันธ์การขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย ที่ยังคงเน้นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากราคาน้ำมันแพงของกลุ่มม็อบรถบรรทุกและยังคงต้องการให้รัฐบาลรับฟัง 3 ข้อเรียกร้องที่เคยนำเสนอไป นอกจากนี้ สื่อโทรทัศน์ ช่อง NBT ช่อง NationTV และช่องอมรินทร์ทีวี มีการนำเสนอข่าวเพิ่มเติมจากช่องอื่น ๆ ในแง่มุมการให้พื้นที่สื่อในการสัมภาษณ์ นายวิทูรย์ แนวพานิช นายกสมาคมการค้าเครือข่ายแท็กซี่ไทย ที่มีข้อเรียกร้องให้รัฐบาลช่วยเหลือราคา NGV-LPG อีกด้วย[21] สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อโทรทัศน์ได้ ดังนี้

ภาพที่ 22 สรุปการรายงานข่าว การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจของกลุ่มรถบรรทุก โดยสื่อโทรทัศน์

[21] NBT. (2565, 8 กุมภาพันธ์). เรื่องดังหลังข่าว. www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=3008557682689479 เนชั่นทีวี. (2565, 8 กุมภาพันธ์). ม็อบรถบรรทุกไล่ "สุพัฒนพงษ์" ไฟเขียวเอกชนขึ้นราคาขนส่ง 15-20%. www.youtube.com/watch?v=7OUHQIX2Lg8&list=LL&index=3 และอมรินทร์ทีวี. (2565, 8 กุมภาพันธ์). ม็อบรถบรรทุกบุกกระทรวงพลังงาน จี้ตรึงราคาน้ำมัน. www.youtube.com/watch?v=nmxpNu-xbfo&list=LL&index=9

ภาพที่ 23 กลุ่มผู้ประกอบการรถบรรทุกนัดหมายเคลื่อนขบวนรถบรรทุกไปยังกระทรวงพลังงาน
ที่มา : www.news.thaipbs.or.th/content/312456

ภาพที่ 24 ข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุมที่ต้องการให้รัฐบาลตรึงราคาน้ำมันดีเซล 25 บาทต่อลิตรเป็นเวลา 1 ปี
ที่มา : www.pptvhd36.com/news/สังคม /165959

2.2) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มชาวนา

ในระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2565 เกิดการชุมนุมของกลุ่มผู้ประกอบอาชีพชาวนา ประกอบด้วยชาวนาจาก 36 จังหวัดของประเทศไทย รวมตัวกันในนามเครือข่ายหนี้สินชาวนาแห่งประเทศไทยเดินทางมาปักหลักเรียกร้องอยู่ริมถนนในกรุงเทพมหานคร ตลอดเดือนแห่งการเรียกร้อง กลุ่มชาวนาเคลื่อนขบวนไปหลายแห่ง ทั้งหน้ากระทรวงการคลังไปสะพานมัฆวานรังสรรค์ เดินทางไปพบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมถึงเดินเท้าไปทำเนียบรัฐบาลขอพบ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม เพื่อเรียกร้องการแก้ไขปัญหาดังนี้ 1) ให้สถาบันการเงินเจ้าหนี้ชะลอการฟ้องบังคับคดียึดทรัพย์ขายทอดตลาดทรัพย์สินของสมาชิกกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร และเร่งคณะรัฐมนตรีอนุมัติให้ธนาคารของรัฐโอนหนี้สินของเกษตรกรให้กองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร และขยายเพดานวงเงินการซื้อหนี้เกษตรกร 2) ลดหรือปลดหนี้ให้กับสมาชิกกองทุน

ฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกรที่เสียชีวิต พิการ ทุพพลภาพ ชราภาพ เจ็บป่วย เป็นโรค เหลือไม่เกิน 25% 3) ตรวจสอบปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน และปฏิรูปการบริหารงานของสำนักงานกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร ดังนั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการแก้ปัญหาและความช่วยเหลือจากรัฐบาล กลุ่มชาวนาจึงต้องรวมตัวกันมาชุมนุมประท้วงที่กรุงเทพมหานคร จากการติดตามสถานการณ์การชุมนุมดังกล่าว พบว่า แรกเริ่มกลุ่มชาวนาปักหลักชุมนุมอยู่หน้ากระทรวงการคลัง เพื่อทวงถามมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบโครงการแก้ปัญหาหนี้สินเกษตรกร และเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตั้งคณะทำงานติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกรหลังจากปักหลักอยู่นานนับเดือน จึงมีกระแสข่าวว่าโครงการอาจสามารถเข้าที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 กลุ่มม็อบชาวนาจึงเคลื่อนขบวนจากหน้ากระทรวงการคลัง ไปยังสำนักงานองค์การสหประชาชาติ ใกล้ทำเนียบรัฐบาล แต่สุดท้ายก็ยังไม่มีโครงการแก้ปัญหาหนี้สินชาวนาเข้าสู่วาระการประชุม และต่อมาในวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2565 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติงบ “เงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น” ให้กองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร 2,000 ล้านบาท แต่ถูกวิจารณ์ว่าเป็นวิธีการช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ยังไม่ใช่การโอนหนี้สินของเกษตรกรไปให้กองทุนตามที่กลุ่มม็อบชาวนาเสนอเรียกร้องกันเป็นหลัก จนกระทั่ง เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2565 นายไชยยศ จิรเมธากร รองเลขาธิการนายกรัฐมนตรีฝ่ายการเมือง ระบุว่า จะเตรียมเสนอปัญหาของม็อบชาวนา เข้าที่ประชุมคณะรัฐมนตรีภายใน 2 สัปดาห์ถัดไป[22] ในท้ายที่สุดเมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2565 คณะรัฐมนตรีมีมติรับหลักการแก้หนี้ให้แก่ชาวนา ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบชาวนาที่ได้เดินทางเข้ามาปักหลักชุมนุมตลอดระยะเวลาเกือบสามเดือนที่ผ่านมา

ภาพที่ 25 กลุ่มม็อบชาวนา

ที่มา : www.prachatai.com/journal/2022/02/97240 และ www.themomentum.co/farmer-change-protest/

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนาผ่านสื่อโทรทัศน์ พบว่า สื่อกระแสหลักมีการนำเสนอข่าวในมิติที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมประท้วงที่เกิดขึ้น ในช่วงการรวมกลุ่มของชาวนาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น มีการปักหลักอาศัยบริเวณพื้นที่ราชการของกรุงเทพมหานครจนเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มม็อบชาวนา โดยช่องที่พบว่า มีการนำเสนอสถานการณ์การชุมนุมของ

[22] จิรัชญา ชัยชุมขุน. (2565, 15 มีนาคม). สรุป #ม็อบชาวนา เกือบ 2 เดือนที่ผ่านมา ชาวนาเรียกร้องอะไร แล้วภาครัฐมีท่าทียังไงบ้าง?. The Matter. www.thematter.co/quick-bite/farmer-labor-mob/170058

ม็อบชาวนา ในลักษณะรายงานความเคลื่อนไหวเป็นระยะ รวมถึงรายงานประเด็นความคืบหน้าของข้อเรียกร้องสำคัญของม็อบชาวนาที่มีต่อรัฐบาล ทั้งยังมีการนำเสนอสถานการณ์ในลักษณะการลงพื้นที่สอบถามปัญหาความเดือดร้อนและความเป็นอยู่จากชาวนาผู้เข้าร่วมชุมนุมครั้งนี้ด้วยอีกเช่นกัน และมักนำประเด็นการเคลื่อนไหวดังกล่าวมาวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหา แนวทางการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ได้แก่ ช่อง ThaiPBS[23] ที่นำเสนอข่าวม็อบชาวนาในประเด็น "ม็อบชาวนาเตรียมบุกทำเนียบรอฟัง ครม. อังคารนี้" เป็นการรายงานสถานการณ์การเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบชาวนา จากเดิมที่ชุมนุมปักหลักอยู่กับพื้นที่ จากนั้นจึงขยับการเคลื่อนไหวเดินทางไปยังทำเนียบรัฐบาล เพื่อรอฟังมติการแก้ไขปัญหาจากคณะรัฐมนตรี ซึ่งการรายงานสถานการณ์ข่าวการเคลื่อนไหวดังกล่าว สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ว่า สภาประชาชน ขับเคลื่อนสื่อสาธารณะ เพื่อร่วมสร้างสังคมที่เป็นธรรม และพันธกิจขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยหรือช่อง ThaiPBS อันประกอบด้วย 1) พัฒนาพื้นที่การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายของสื่อสาธารณะ 2) พัฒนาช่องทางและกระบวนการเชิงรุกในการรับฟังเสียงคนเล็กคนน้อย 3) พัฒนาความร่วมมือและเชื่อมโยงเครือข่ายและภาคีหุ้นส่วน 4) พัฒนากระบวนการในการติดตามตรวจสอบ และประสานงานกับไทยพีบีเอสอย่างใกล้ชิด 5) พัฒนากิจการสภาและส่วนสนับสนุน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสภาฯ และประสิทธิภาพในการทำงาน[24] และยังมีการรายงานสถานการณ์การเคลื่อนไหวในลักษณะเดียวกันนี้ผ่านช่อง NBT2HD[25] ในประเด็น "ม็อบชาวนา" รอผล ครม. แก้ปัญหาหนี้สิน" อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กล่าวคือ ทำหน้าที่เป็นสถานีหลักในด้านข่าวสารความรู้และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งของสังคม เพื่อพัฒนาประเทศสู่สากลค่านิยมขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ ทำงานอย่างมืออาชีพ เป็นทีมและบูรณาการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจิตบริการ เชื่อมโยงสัมพันธ์ไปถึงพันธกิจ 1) ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เข้าใจ และเกิดความรู้ สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ 2) ให้คำปรึกษาและวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ภาครัฐอย่างเป็นระบบครบวงจรทั้งในและต่างประเทศ 3) บริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 4) พัฒนาบุคลากรให้เป็นมืออาชีพ 5) พัฒนาเทคโนโลยีด้านโทรทัศน์และ New media ที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพและทันสมัยเสมอ[26] นอกจากนี้พบว่ามีการรายงานสถานการณ์ในลักษณะข้อเท็จจริงร่วมกับการแสดงความคิดเห็นต่อการเล่าข่าวของพิธีกร ผู้รายงานข่าว

---

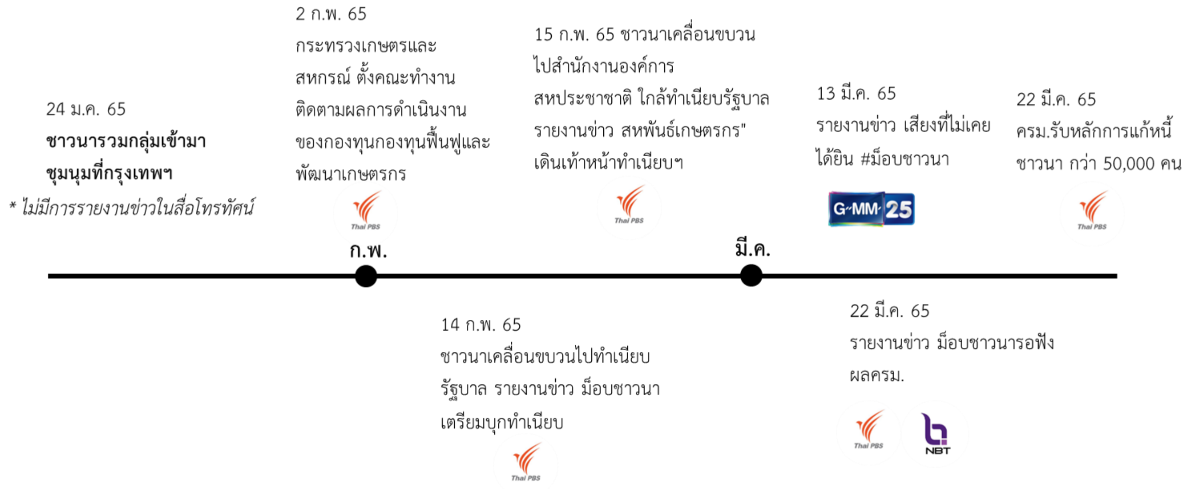
[23] ThaiPBSNews. (2565, 13 มีนาคม). ม็อบชาวนาเตรียมบุกทำเนียบรอฟัง ครม. อังคารนี้. www.youtube.com/watch?v=fUoW7LiGhNg

[24] ThaiPBS. (ม.ป.ป.). วิสัยทัศน์และพันธกิจ. www.sapa.thaipbs.or.th/index.php/about/vision.

[25] NewsNBTTHAILAND. (2565, 22 มีนาคม). "ม็อบชาวนา" รอผล ครม. แก้ปัญหาหนี้สิน ข่าวเที่ยง วันที่ 22 มีนาคม 2565. www.youtube.com/watch?v=4zTFTCq8l10

[26] NBT2HD (สทท.). (ม.ป.ป.) . วิสัยทัศน์และพันธกิจ. www.nbt2hd.prd.go.th/main.php?filename=about

ผ่านรายการวาไรตี้โชว์อย่างช่อง GMM25[27] ในประเด็น "เสียงที่ไม่เคยได้ยิน #ม็อบชาวนา น้ำตาเกษตรกรไทยไหลทั่วแผ่นดิน" แสดงให้เห็นได้ถึงความแตกต่างของลักษณะการนำเสนอข่าวสถานการณ์การเคลื่อนไหวเดียวกัน แต่ต่างไปในแต่ละมิติของช่องโทรทัศน์




ภาพที่ 26 สรุปการรายงานข่าว การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจของกลุ่มชาวนา โดยสื่อโทรทัศน์

3) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2564 พบว่า มีการเคลื่อนไหวทางสังคมในหลากหลายด้านที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นส่วนใหญ่ อาทิ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม มีจุดประสงค์เรียกร้องการแก้ปัญหาดังกล่าว รวมถึงกดดันรัฐบาลของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้ลาออกและลดการใช้อำนาจทางกฎหมายอย่างไม่ชอบธรรม นอกจากนี้ยังมีการเคลื่อนไหวด้านการแสดงออกถึงความต้องการมีสิทธิเสรีภาพต่อการเลือกคู่ครองเพื่อดำเนินชีวิตอย่างมีคุณภาพด้วยความเท่าเทียมทางเพศ และได้รับความสนใจจากหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศต้องการแต่งงาน จดทะเบียนสมรส อยู่อาศัยกันฉันท์สามีภรรยามีสิทธิทำนิติกรรมตามกฎหมายเช่นเดียวกับการสมรสกันระหว่างคู่เพศชายและเพศหญิง กลุ่มเพศชายและเพศหญิงที่เห็นด้วยและสนับสนุนกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ เห็นสมควรได้รับสิทธิต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมเช่นกัน พรรคการเมืองฝ่ายประชาธิปไตยที่มีตัวแทนสมาชิกผู้แทนราษฎรรับเรื่องและดำเนินการขับเคลื่อนประเด็นข้อเรียกร้องแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่ว่าด้วยการสมรส หรือที่เรียกกันว่า "กฎหมายสมรสเท่าเทียม" ต่อสภาผู้แทนราษฎร รวมถึงกลุ่มคนที่คัดค้านและไม่เห็นด้วยต่อการสมรสเท่าเทียมของกลุ่มคนหลากหลายทางเพศนี้

จุดเริ่มต้นที่กลุ่มคนหลากหลายทางเพศ แสดงจุดยืนและเสนอข้อเรียกร้องต่อเรื่อง #สมรสเท่าเทียม เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 โดยกลุ่มภาคีสีรุ้ง พร้อมแนวร่วมประกอบด้วยกลุ่ม HER เฟมินิสต์ปลดแอก ทะลุฟ้า และกลุ่มอิสระอื่น ๆ ได้ร่วมจัดกิจกรรมการชุมนุม #ม็อบสมรสเท่าเทียม

---

[27] GMM25Thailand. (2565, 13 มีนาคม). เสียงที่ไม่เคยได้ยิน #ม็อบชาวนา น้ำตาเกษตรกรไทยไหลทั่วแผนดิน | HIGHLIGHT | แฉ | GMM25. www.youtube.com/watch?v=yN5WPWcegV8

เรียกร้องการสมรสที่เท่าเทียม บริเวณแยกราชประสงค์ ภายในม็อบมีจุดลงชื่อแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 รวมทั้งมีเวทีการแสดง และการจัดกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น ตลาดสีรุ้ง Art Perform ซุ้มงานแต่งงาน ฯลฯ[28] ซึ่งร่างแก้ไขกฎหมายฉบับนี้ มีรายละเอียดชัดเจนคือการแก้ไขให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ หรือ LGBTQ+ ได้หมั้น แต่งงาน มีสิทธิต่าง ๆ ในแบบคู่สมรสที่ชอบด้วยกฎหมาย รวมถึงสิทธิทางด้านมรดก ทรัพย์สิน การรับบุตรบุญธรรม และอื่น ๆ เช่นเดียวกันกับที่กฎหมายเก่าอนุญาตให้ชายและหญิงเท่านั้น[29] ในเวลาที่เกิดการตั้งม็อบชุมนุมนั้นประเด็นเรื่องเพศและความเคลื่อนไหวเรื่อง #สมรสเท่าเทียม เริ่มมีกระแสพูดถึงอย่างแพร่หลาย ทว่าเมื่อเกิดม็อบที่มุ่งประเด็นถึงสิทธิของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศขึ้น ทั้งยังมีม็อบไม่มุ้งมิ้งแต่ตุ้งติ้งค่ะคุณรัฐบาล และอีกหลาย ๆ ม็อบตามมา ประกอบกับกลุ่มนักเคลื่อนไหวทางสังคมที่ต่อสู้เรื่องเพศทั้งที่ดำเนินการมายาวนานหรือเริ่มเข้ามามีบทบาทใหม่ก็เริ่มมีพื้นที่ เป็นที่รู้จักมากขึ้น ยิ่งเสริมพลังให้การต่อสู้เรื่องความเท่าเทียมทางเพศ และขอบเขตบทสนทนาเรื่องนี้เกิดขึ้นและอยู่มาเป็นระยะเวลาเรื่อย ๆ[30]

จนมาถึงเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ความเคลื่อนไหวของร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ป.พ.พ. มาตรา 1448) หรือร่างพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียม ก็เข้าสู่การพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎร ที่ได้ถูกเสนอโดย ส.ส.ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ และคณะจากพรรคก้าวไกล ยื่นเสนอต่อสภาฯ ไว้เมื่อ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2563 โดยมีการแก้ไขร่างหลักการประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 และมาตราที่เกี่ยวข้องในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่มีเงื่อนไขเดิมอนุญาตการหมั้นและการสมรสเฉพาะชายและหญิง เปลี่ยนเป็นอนุญาตให้ 'บุคคลทั้งสอง' นั่นทำให้คู่รักหลากหลายทางเพศ หรือ LGBTQ+ สามารถหมั้นและจดทะเบียนสมรสเป็นคู่สมรสที่ชอบด้วยกฎหมาย ได้รับสิทธิ หน้าที่ ศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับคู่สมรสชายหญิงทั่วไป การเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็น #ม็อบสมรสเท่าเทียม ชี้ให้เห็นถึงความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนที่รอคอยการแก้ไขกฎหมายมานาน และต้องการเห็นความเท่าเทียมและเสมอภาคเกิดขึ้น[31] แต่ในท้ายที่สุดแล้ว เมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2565 ความเคลื่อนไหวที่ต้องการผลักดันประเด็นดังกล่าว ถูกคณะรัฐมนตรีมีมติไม่รับหลักการร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ฉบับที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเสนอ แต่ให้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติคู่ชีวิตเข้าสภาฯ แทน ด้วยเห็นว่ามีหลักการใกล้เคียงกัน[32]

---

[28] PostToday. (2564, 28 พฤศจิกายน). ม็อบสมรสเท่าเทียมรวมตัวราชประสงค์ ล่าชื่อแก้กฎหมาย. www.posttoday.com/politic/news/669323

[29] Workpoint TODAY. (2565, 10 กุมภาพันธ์). สรุป 'สมรสเท่าเทียม' เมื่อความรักเป็น 'สิทธิ' ของทุกคน. www.workpointtoday.com/politics-law-equal-marriage/

[30] Urban creature. (2565, 13 กุมภาพันธ์). "ยังมีคนที่ไม่มีสิทธิ์รักใครได้อย่างเป็นทางการ" คุยเรื่องสมรสเท่าเทียมกับคนจัดม็อบ LGBTQ+. www.urbancreature.co/siraphop-lgbtq-rights/

[31] The Standard. (2565, 9 กุมภาพันธ์). เปิด 9 เหตุผล ทำไมต้อง #สมรสเท่าเทียม. www.thestandard.co/key-messages-equal-marriage/

[32] ThaiPBSNews. (2565, 29 มีนาคม). ครม.ตีตกร่าง พ.ร.บ.สมรสเท่าเทียม ผลักดันร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต เข้าสภาฯ. www.news.thaipbs.or.th/content/314083

ภาพที่ 27 กลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.tlhr2014.com/archives/38386: และ www.thestandard.co/equal-marriage/

การนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมผ่านสื่อโทรทัศน์

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมผ่านสื่อโทรทัศน์ พบว่า สื่อกระแสหลักมีการนำเสนอข่าวในมิติที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมประท้วงที่เกิดขึ้นจากกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ หรือกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียม และติดตามสถานการณ์ท่าทีของสภาผู้แทนราษฎรต่อการพิจารณาร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชณ์ มาตรา 1448 และพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมดังกล่าว โดยช่องที่พบว่ามีการนำเสนอสถานการณ์การชุมนุมของม็อบสมรสเท่าเทียมในลักษณะรายงานความเคลื่อนไหวเป็นระยะ รวมถึงรายงานประเด็นความคืบหน้าของข้อเรียกร้องสำคัญของม็อบสมรสเท่าเทียมที่มีต่อสภาผู้แทนราษฎร ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ที่นำเสนอข่าวม็อบสมรสเท่าเทียมในประเด็น "ภาคสีรุ้งเตรียมนัดชุมนุม 28 พ.ย. ผลักดันสมรสเท่าเทียม"[33] เป็นการรายงานการติดตามสถานการณ์การเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียม หลังศาลรัฐธรรมนูญเห็นว่า การแต่งงานที่จำกัดเพศเพียงแค่ชายและหญิง ไม่ได้ขัดต่อรัฐธรรมนูญ อีกทั้ง ยังรายงานความเคลื่อนไหวในระยะถัดมาว่าด้วยประเด็น "สมรสเท่าเทียม ความหวังกลุ่ม LQBTQ+

[33] ThaiPBSNews. (2564, 18 พฤศจิกายน). ภาคสีรุ้งเตรียมนัดชุมนุม 28 พ.ย.ผลักดันสมรสเท่าเทียม. www.youtube.com/watch?v=3qnwo3MK0Ro

ก่อนเข้าสภาฯ วันนี้”[34] มีเนื้อหาสำคัญกล่าวถึงระยะเวลาที่รอการพิจารณาร่างแก้ไขกฎหมายดังกล่าวนานถึง 448 วัน และให้ข้อมูลต่อประเด็นนี้ว่า หากร่างแก้ไขกฎหมายฉบับนี้ผ่านมติเห็นชอบจากสภาฯ ไปได้ จะส่งผลแก่กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานเท่าเทียมกับกลุ่มคนทั่วไปในสังคม ซึ่งการรายงานสถานการณ์ข่าวการเคลื่อนไหวดังกล่าว สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ว่า สภาประชาชน ขับเคลื่อนสื่อสาธารณะ เพื่อร่วมสร้างสังคมที่เป็นธรรม และพันธกิจขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือช่องไทยพีบีเอส และยังมีการรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อันเป็นผลมาจากความพยายามเคลื่อนไหวในประเด็นสมรสเท่าเทียมทาง ช่อง 3HD ผ่านรายการเรื่องเล่าเช้านี้ ในประเด็นข่าว “ชื่นมื่นวาเลนไทน์ คู่รักแห่จดทะเบียนสมรส LGBTQ ร่วมจดแจ้งชีวิตคู่ ย้ำจุดยืนเท่าเทียมและเสมอภาค”[35] แต่เป็นการรายงานข่าวสถานการณ์ที่ยังไม่สามารถบรรลุผลตามความต้องการของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศให้เกิดขึ้นได้ เนื่องจากกฎหมายยังไม่รองรับให้เพศเดียวกันจดทะเบียนสมรส จึงขัดต่อประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ที่กลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมกำลังเรียกร้องให้เกิดการแก้ไขร่างกฎหมายฉบับนี้ และพบว่ายังมีรายงานข่าวต่อเนื่องกันไปในประเด็น “โซเชียลติดแท็ก #สมรสเท่าเทียม หลังศาลชี้ กม. แพ่งรับรองสมรสแค่ชาย-หญิง ไม่ขัด รธน.”[36] เป็นการนำกระแสความคิดเห็นของผู้คนบนโลกสังคมออนไลน์จากช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ มานำเสนอออกสื่อหลัก เช่นเดียวกันกับการรายงานข่าวจากช่อง 7HD ผ่านรายการเจาะประเด็นข่าว ในประเด็น “ตีตรงจุด: สมรสเท่าเทียมถูกกฎหมาย ยังอีกยาวไกล”[37] นอกจากนี้พบว่ามีการรายงานสถานการณ์ในลักษณะข้อเท็จจริงร่วมกับการแสดงความคิดเห็นต่อการเล่าข่าวของพิธีกร ผู้รายงานข่าวผ่านรายการวาไรตี้โชว์อย่างช่อง AMARINTV[38] ในประเด็น “หนุน #สมรสเท่าเทียม แซะอย่าแก้ปัญหาแบบวัวหายล้อมคอก!!” ในขณะเดียวกันการรายงานข่าวลักษณะดังกล่าวยังปรากฏที่ช่อง PPTV HD 36 ในประเด็น “สมรสเท่าเทียมที่ประเทศของเรากำลังผลักดันกันอยู่”[39] โดยถูกจัดให้รายงานข่าวผ่านหมวดหมู่ข่าวบันเทิง ที่นำเสนอความคิดเห็นของดารานักแสดงในวงการบันเทิงบางส่วนที่มีต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็นนี้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นไปในทางสนับสนุนให้ข้อเรียกร้องของการเคลื่อนไหวสมรสเท่าเทียมนี้เป็นไปได้ การนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคม แม้ว่าเป็นเรื่องหรือประเด็นเดียวกันแต่ถูกนำเสนอข่าวไปในลักษณะที่แตกต่างกันของแต่ละช่องโทรทัศน์ แสดงให้เห็นได้ถึงความแตกต่างในมิติที่ช่องโทรทัศน์นั้น ๆ สามารถกำหนดรูปแบบ

[34] ThaiPBSNews. (2656, 9 กุมภาพันธ์). "สมรสเท่าเทียม" ความหวังกลุ่ม LQBTQ+ ก่อนเข้าสภาฯ วันนี้ : บ่ายโมง ตรงประเด็น. www.youtube.com/watch?v=zaslj6MzQFs

[35] เรื่องเล่าเช้านี้. (2565, 15 กุมภาพันธ์). ชื่นมื่นวาเลนไทน์ คู่รักแห่จดทะเบียนสมรส LGBTQ ร่วมจดแจ้งชีวิตคู่ ย้ำจุดยืนเท่าเทียมและเสมอภาค. www.youtube.com/watch?v=-H0AWBOmeX0

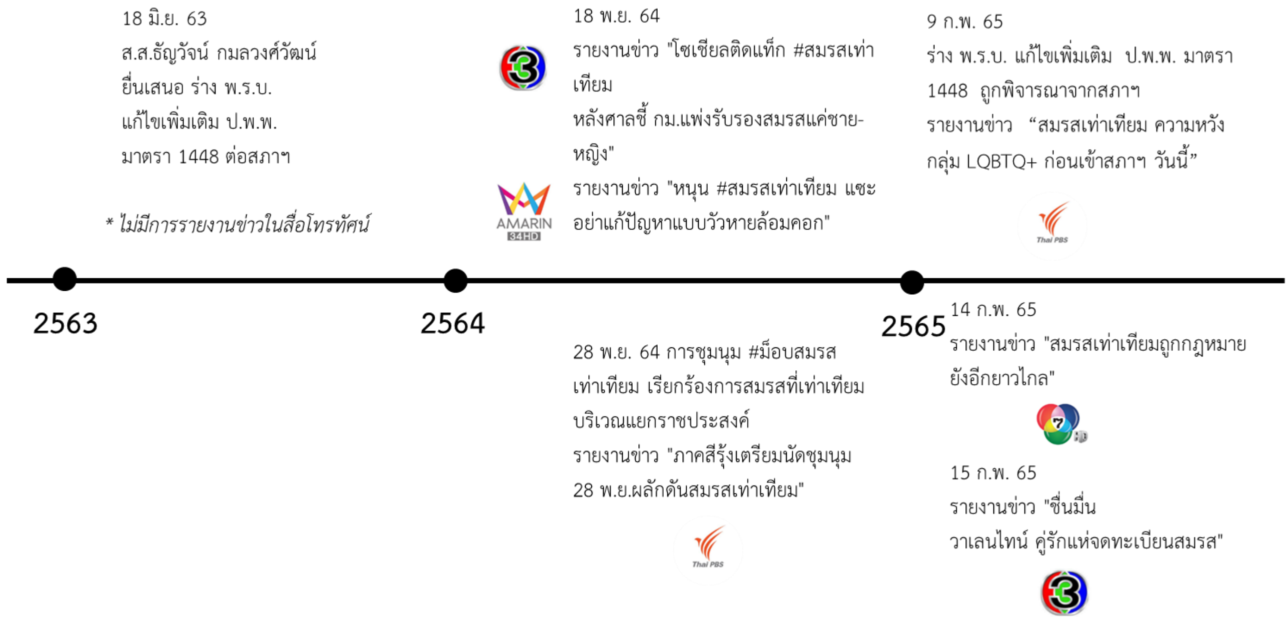
[36] เรื่องเล่าเช้านี้. (2564, 18 พฤศจิกายน). โซเชียลติดแท็ก #สมรสเท่าเทียม หลังศาลชี้ กม.แพ่งรับรองสมรสแค่ชาย-หญิง ไม่ขัด รธน. www.youtube.com/watch?v=UOu0PfCY-vU

[37] เจาะประเด็นข่าว 7HD. (2565, 14 กุมภาพันธ์). ตีตรงจุด : สมรสเท่าเทียมถูกกฎหมาย ยังอีกยาวไกล. www.news.ch7.com/detail/550223

[38] AMARINTV:อมรินทร์ทีวี. (2564, 18 พฤศจิกายน). หนุน #สมรสเท่าเทียม แซะอย่าแก้ปัญหาแบบวัวหายล้อมคอก!!. www.youtube.com/watch?v=l4b_Wj_M4Po

[39] PPTV HD 36. (2565, 4 มกราคม). "สมรสเท่าเทียม" ที่ประเทศของเรากำลังผลักดันกันอยู่ ข่าวบันเทิง 36. www.youtube.com/watch?v=Z0cBQffMxB8

การนำเสนอ การเล่าข่าว ตลอดจนจัดหมวดหมู่ตามความเหมาะสมที่สอดคล้องต่อวิสัยทัศน์และพันธกิจของช่องโทรทัศน์เอง




ภาพที่ 28 สรุปการรายงานข่าว การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมโดยสื่อโทรทัศน์

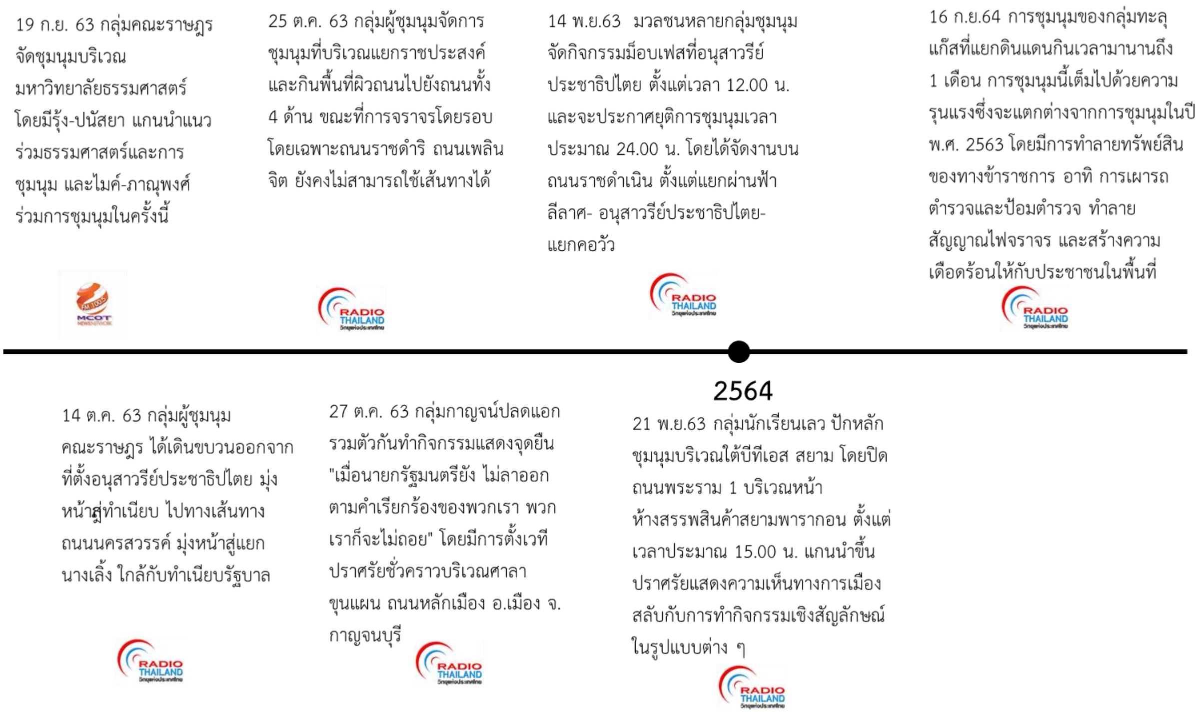
### 2.1.2 กิจการกระจายเสียง

2.1.2.1 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และอาชีวะ

การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และอาชีวะในระยะแรกเริ่มก่อตัวขึ้นในช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 ภายหลังศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยยุบพรรคอนาคตใหม่ ซึ่งเป็นพรรคที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่เยาวชน รวมทั้งในช่วงเวลาดังกล่าวเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมทั้งสถานการณ์ความไม่พอใจของประชาชนหลาย ๆ กลุ่มที่มีต่อรัฐบาลก็ไม่ได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้ส่งผลให้เป็นจุดเริ่มต้นของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และอาชีวะในการออกมาชุมนุมเคลื่อนไหวทางการเมือง ทั้งนี้ในแง่มุมของการนำเสนอผ่านสื่อกิจการกระจายเสียงจะมีมุมการนำเสนอที่ไม่ได้เกาะติดสถานการณ์การชุมนุม แต่จะเลือกหยิบยกประเด็นการนำเสนอเป็นบางช่วงของการชุมนุมและนำเสนอในเชิงการเน้นเรื่องของสถานที่ที่ผู้ชุมนุมจัดขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่มักจะนิยมฟังสื่อกิจการกระจายเสียงผ่านทางวิทยุในรถยนต์ ดังนั้นสื่อกิจการกระจายเสียงจึงเน้นการนำเสนอข่าวในแง่มุมของสถานที่ที่จัดการชุมนุมเป็นสำคัญเพื่อให้ประชาชนที่สัญจรบนถนนสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ดี สื่อกิจการกระจายเสียงยังได้มีการนำเสนอข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุม 3 ประเด็นหลัก คือ นายกรัฐมนตรีลาออก แก้ไขรัฐธรรมนูญ และให้รัฐบาลหยุดคุกคามประชาชน ส่วนการปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ 10 ข้อนั้นสื่อกิจการกระจายเสียงมีการนำเสนอในประเด็นนี้เป็นส่วนน้อย อย่างไรก็ดีสื่อกิจการกระจายเสียงที่นำเสนอการเคลื่อนไหวทางการเมืองของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และอาชีวะ ได้แก่

MCOT NEWS FM 100.5 ที่นำเสนอในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 โดยเล่าถึงบรรยากาศการชุมนุมที่กลุ่มคณะราษฎรจัดชุมนุมบริเวณมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีรุ้ง-ปนัสยา แกนนำแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม และไมค์-ภาณุพงศ์ร่วมการชุมนุมในครั้งนี้[40] ส่วนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์มีการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางการเมืองของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และอาชีวะค่อนข้างมาก และมีการนำเสนอในหลายจังหวัดไม่ใช่เฉพาะที่กรุงเทพฯ เนื่องจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อกิจการกระจายเสียงประเภทสาธารณะที่มีพันธกิจที่สำคัญที่ต้องสะท้อนปัญหาของประชาชนสู่รัฐบาล ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชน ซึ่งมีการนำเสนอข่าวในประเด็นที่เน้นข้อเรียกร้องของผู้ชุมนุม 3 ข้อ และสถานที่ที่ผู้ชุมนุมจัดการชุมนุมเป็นสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อกิจการกระจายเสียงได้ ดังนี้



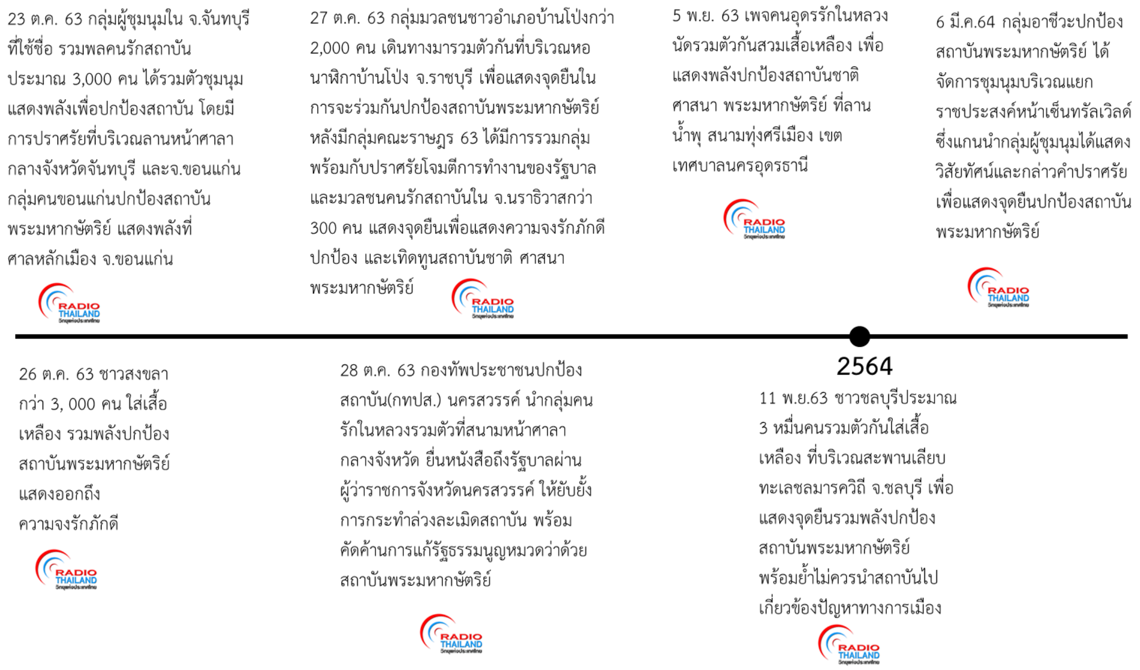

ภาพที่ 29 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และอาชีวะโดยสื่อวิทยุ

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาที่มีการเสนอการปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ ส่งผลให้ได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดกลุ่มผู้ชุมนุมที่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการเรียกร้องดังกล่าว จนเกิดเป็นกลุ่มผู้ชุมนุมปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ สื่อกิจการกระจายเสียงได้เลือกหยิบยกประเด็นการนำเสนอเป็นบางช่วงของการชุมนุม อย่างไรก็ดีสื่อกิจการกระจายเสียงที่มีการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ส่วนใหญ่จะเป็นสถานี

[40] MCOT NEWS FM 100.5. (2563).เกาะติด! สถานการณ์ชุมนุมใหญ่ 19 ก.ย., สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2565. จาก. www.news1005.mcot.net/view/5f658548e3f8e40af14a7b59

วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ที่มีการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ในหลาย ๆ จังหวัด เนื่องจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกิจการกระจายเสียงประเภทสาธารณะที่มีพันธกิจที่สำคัญที่ต้องสะท้อนปัญหาของประชาชนสู่รัฐบาล ซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ได้มีการนำเสนอข่าวในประเด็นที่เน้นจุดยืนของกลุ่มผู้ชุมนุมคือ ไม่เห็นด้วยที่กลุ่มคณะราษฎร 63 จาบจ้วงถึงสถาบันพระมหากษัตริย์ จึงได้มาแสดงออกถึงความจงรักภักดีในการปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งสามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อกิจการกระจายเสียงได้ ดังนี้

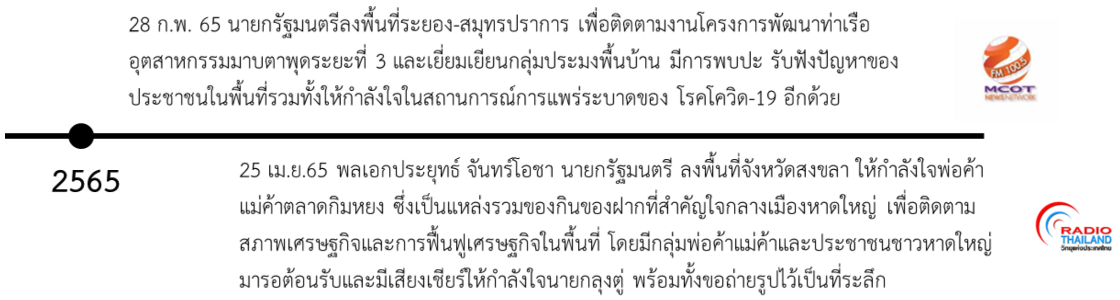



ภาพที่ 30 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์โดยสื่อวิทยุ

3) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาล

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาที่มีการออกมาเรียกร้องให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีต้องลาออก ส่งผลทำให้ประชาชนที่ยังคงสนับสนุนและเชื่อมั่นในรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จึงได้ออกมาให้กำลังใจผ่านการลงพื้นที่ในการทำภารกิจในจังหวัดภาคส่วนต่าง ๆ โดยการรายงานข่าวในมิติดังกล่าว มักปรากฏมาจากสถานีวิทยุของรัฐบาลเอง ได้แก่ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ที่มีการรายงานในประเด็นพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ลงพื้นที่จังหวัดสงขลา ให้กำลังใจพ่อค้าแม่ค้าตลาดกิมหยง เพื่อติดตามสภาพเศรษฐกิจและการฟื้นฟูเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยมีกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าและประชาชนชาวหาดใหญ่มารอต้อนรับและมีเสียงเชียร์ให้กำลังใจนายกลุงตู่ พร้อมทั้งขอถ่ายรูปไว้เป็นที่ระลึก จากนั้นนายกรัฐมนตรียืนยันว่ารัฐบาลจะไม่ทอดทิ้งใครไว้ข้างหลัง และพยายาม

เต็มที่เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก้ไขปัญหาให้ประชาชน ขอให้ประชาชนเชื่อมั่นต่อรัฐบาล[41] อีกทั้ง คลื่นข่าว MCOT NEWS FM 100.5 ได้มีการรายงานข่าวเช่นเดียวกัน ในประเด็นนายกรัฐมนตรีลงพื้นที่ระยองและสมุทรปราการ เพื่อติดตามงานโครงการพัฒนาท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุดระยะที่ 3 และเยี่ยมเยียนกลุ่มประมงพื้นบ้าน มีการพบปะรับฟังปัญหาของประชาชนในพื้นที่รวมทั้งให้กำลังใจในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อีกด้วย[42] จากการศึกษาการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาลผ่านสื่อกิจการกระจายเสียงจะเห็นได้ว่าสื่อกิจการกระจายเสียงมักมีมุมมองการนำเสนอประเด็นที่ฝ่ายรัฐบาล หรือนายกรัฐมนตรีดำเนินการปฏิบัติภารกิจ ลงพื้นที่ไปยังพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ จากนั้นจึงพบว่ามีกลุ่มประชาชนที่ชื่นชอบและสนับสนุนการทำงานของฝ่ายรัฐบาล รอต้อนรับ เข้ามาพบปะ ร้องเรียนปัญหารวมไปถึงให้กำลังใจในการทำงานต่อไปแก่นายกรัฐมนตรี มากกว่าการนำเสนอจากมุมของม็อบสนับสนุนรัฐบาลที่เกิดขึ้นเองโดยไม่มีกำหนดการ เวลา และสถานที่ปักหลักที่แน่ชัด ซึ่งสามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อกิจการกระจายเสียงได้ ดังนี้




ภาพที่ 31 สรุปการรายงานข่าว การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาลโดยสื่อวิทยุ

2.1.2.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มรถบรรทุก

น้ำมันแพงเป็นผลสืบเนื่องมาจากสถานการณ์ราคาน้ำมันตลาดโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น อีกทั้งมีปัจจัยค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง จึงส่งผลกระทบต่อราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศไทย[43] ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2564 ถึง ต้นปี พ.ศ. 2565 จึงได้มีการเกิดขึ้นของกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่มีการนัดรวมตัวกันจัดกิจกรรม Truck Power เพื่อเสนอข้อเรียกร้องต่อรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาราคาน้ำมัน อย่างไรก็ดีสื่อกิจการกระจายเสียงไม่ได้เกาะติดสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง แต่จะเลือกหยิบยกประเด็น

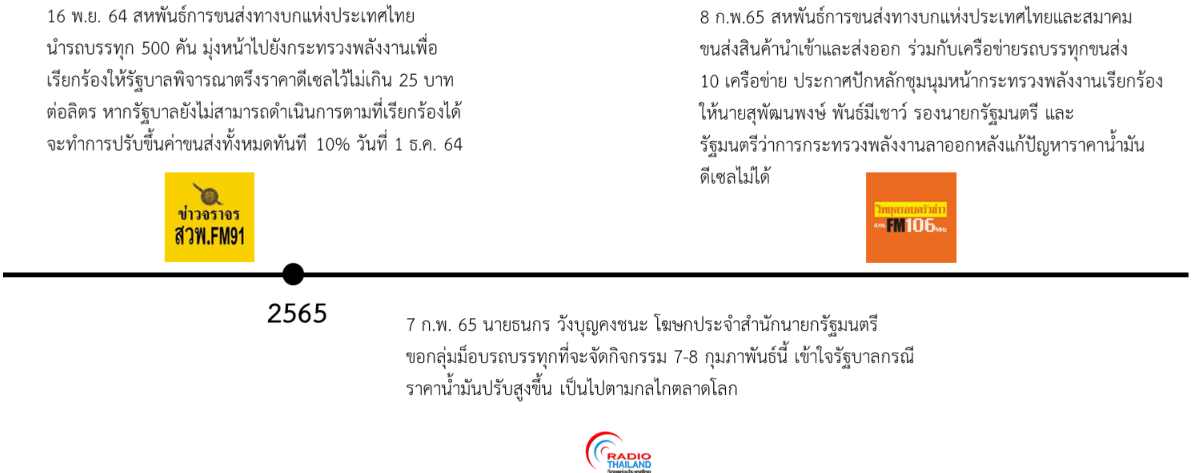
---

[41] สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. (2565, 25 เมษายน). นายกรัฐมนตรี เยี่ยมให้กำลังใจพ่อค้า-แม่ค้า ตลาดกิมหยงหาดใหญ่ พร้อมรับฟังปัญหาเศรษฐกิจ โดยมีประชาชนมารอให้กำลังใจและถ่ายรูปเป็นที่ระลึก. www.thainews.prd.go.th/RegionNews/RegionNews/Detail/TCATG220425171717416

[42] Mcot News FM 100.5. นายกฯ เตรียมลงพื้นที่ระยอง-สมุทรปราการ 28 ก.พ.นี้ ติดตามงาน-รับฟังปัญหาจากประชาชน [ออนไลน์]. 2565. แหล่งที่มา : www.news1005.mcot.net/view/621989bde3f8e4072c08b7aa [16 พฤษภาคม 2565]

[43] ไทยรัฐ. (2564, 21 ตุลาคม). ชวนไขข้อสงสัย "ทำไมน้ำมันแพง" ไม่ใช่แค่เมืองไทย แต่เป็นทั่วโลก. www.thairath.co.th/business/feature/2223022

การนำเสนอเป็นบางช่วงของการชุมนุม โดยสื่อกิจการกระจายเสียงที่มีการนำเสนอข่าวของม็อบรถบรรทุก ได้แก่ สถานีวิทยุเพื่อความปลอดภัยและการจราจร FM 91 ที่นำเสนอข่าวในวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 โดยมีการนำเสนอข่าวที่เน้นย้ำข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุก คือ ให้รัฐบาลพิจารณาตรึงราคาดีเซลไว้ไม่เกิน 25 บาทต่อลิตร หากรัฐบาลยังไม่สามารถดำเนินการตามที่เรียกร้องได้จะทำการปรับขึ้นค่าขนส่งทั้งหมดทันที 10% วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ.  2564[44] นอกจากนี้วิทยุสำหรับคนฟังข่าว สาระบันเทิงเพื่อทุกคนในครอบครัว FM 106 ได้มีการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 โดยมีการนำเสนอข่าวที่เน้นย้ำข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุก คือ ให้รัฐบาลพิจารณาตรึงราคาดีเซลไว้ไม่เกิน 25 บาทต่อลิตร และอีกหนึ่งข้อเรียกร้องคือให้ นายสุพัฒนพงษ์   พันธ์มีเชาว์ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานลาออกหลังแก้ปัญหาราคาน้ำมันดีเซลไม่ได้[45] ส่วนวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ที่เป็นสื่อกิจการกระจายเสียงประเภทสาธารณะที่มีพันธกิจที่สำคัญที่ต้องส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชน ส่งผลให้สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ได้มีการนำเสนอข่าวในมุมมองของฝั่งรัฐบาลว่ารัฐบาลเข้าใจทุกปัญหาและได้ดำเนินการตรึงราคาพลังงานไว้ ขอให้เข้าใจสถานการณ์ เพราะถ้าหากทำตามที่เรียกร้องเดิมที่ 25 บาทต่อลิตร จะต้องใช้เงินสนับสนุนถึงเดือนละ 20,000 ล้านบาท ปีละ 240,000 ล้านบาท เป็นจำนวนเงินที่สูงเกินกว่าจะแบกรับไว้ได้[46] ซึ่งสามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อกิจการกระจายเสียงได้ ดังนี้




ภาพที่ 32 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจของกลุ่มรถบรรทุกโดยสื่อวิทยุ

---

[44] สวพ. FM91. (2564, 16 พ.ย.). ม็อบรถบรรทุก บุกกระทรวงพลังงาน เรียกร้องตรึงราคาดีเซล หากยังเพิกเฉย ยันขึ้นค่าขนส่ง 10% เริ่ม 1 ธ.ค. นี้. www.fm91bkk.com/fm113377

[45] วิทยุครอบครัวข่าว ส.ทร.FM106. (2565, 8 กุมภาพันธ์). ม็อบรถบรรทุกประกาศค้างคืน จี้ รมว.พลังงาน ลาออก. www.facebook.com/106familynews/posts/10159961573833394/

[46] สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2565, 7 กุมภาพันธ์). ขอกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่จะจัดกิจกรรม 7-8 กุมภาพันธ์นี้ เข้าใจรัฐบาลกรณีราคาน้ำมันปรับสูงขึ้น เป็นไปตามกลไกตลาดโลก. www.thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG220207101253206

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มชาวนา

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนาผ่านสื่อวิทยุ พบว่า สื่อกระแสหลักมีการนำเสนอข่าวในมิติติดตามสถานการณ์การเคลื่อนไหวและการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาที่กลุ่มม็อบชาวนาเสนอข้อเรียกร้องด้วยวิธีการชุมนุมประท้วง จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ในประเด็น “ผู้ว่าฯ อยุธยา พบปะพูดคุย เครือข่ายหนี้สินชาวนาเกษตรกรแห่งประเทศไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หลังยื่นหนังสือและรายชื่อเกษตรกร เร่งรัดการดำเนินงานตามมติ ครม. เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2565 ในการจัดการหนี้สินชาวนา จาก ธนาคารรัฐ 4 แห่ง”[47] เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับกลุ่มชาวนาที่ได้รับผลกระทบเรียกร้องต่อรัฐบาลช่วยแก้ไขปัญหาหนี้สิน ตามข่าวระบุถึงผู้ว่าราชการจังหวัดอยุธยาเร่งดำเนินงานตามมติคณะรัฐมนตรีในการจัดการหนี้สินชาวนามีการพบปะพูดคุยกับตัวแทนเครือข่ายหนี้สินชาวนาเกษตรกรแห่งประเทศไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3 กลุ่ม ประกอบไปด้วย กลุ่มชีวิตใหม่ชาวนาอยุธยา กลุ่มชาวนา และกลุ่มเกษตรกรบางเพลิง ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวสืบเนื่องจากมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบโครงการแก้ไขปัญหาหนี้สินเกษตรกรสมาชิก กฟก. ลูกหนี้ธนาคารของรัฐ 4 แห่ง ได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และ SME Bank ซึ่งการรายงานข่าวดังกล่าวสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของกรมประชาสัมพันธ์ด้วยเช่นเดียวกัน[48] นอกจากนี้ยังพบว่า สถานีวิทยุกระจายเสียง Thinking Radio คลื่นความถี่ FM 96.5 มีการรายงานข่าวกลุ่มม็อบชาวนาอีกหนึ่งช่องทางในประเด็นเรื่อง การติดแฮชแท็ก #ม็อบชาวนา บน Twitter ของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการทำให้ข่าวความเดือดร้อนของกลุ่มชาวนากลายเป็นที่สนใจของสังคม และรัฐบาลต้องเข้ามารับฟังปัญหารวมถึงรับข้อเรียกร้องที่กลุ่มม็อบชาวนาต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน การรายงานข่าวเป็นไปในลักษณะการเล่าข่าว ข้อเท็จจริง นำเสนอความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นจริง อาทิ การรวบรวมรายชื่อผ่านเว็บไซต์ Change.org เพื่อเร่งรัดรองเลขาธิการนายกฝ่ายการเมืองให้ดำเนินการนำเรื่องร้องเรียนเข้าสู่ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี โดยเป็นการรายงานข่าวเด่นประเทศไทย Thailand focus ของทางสถานีวิทยุดังกล่าว[49] โดยสรุปแล้ว การรายงานข่าวการเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบชาวนาผ่านสื่อวิทยุ มักปรากฏทั้งในลักษณะเล่าข่าวจากการติดตามสถานการณ์ภาพรวม ไม่ได้มีการติดตามสถานการณ์ตลอดเป็นระยะอย่างเช่นการรายงานข่าวที่ปรากฏผ่านสื่อโทรทัศน์ และมักหยิบยกการสรุปประเด็นสำคัญของสถานการณ์ผ่านข้อมูลข่าวที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มออนไลน์มานำเสนอ อีกทั้งยังรายงานข่าวความเคลื่อนไหวหลังจากพยายามพูดคุย ไกล่เกลี่ย ปัญหาและข้อเรียกร้องที่เกิดขึ้นได้สำเร็จและสิ้นสุดลง แสดงให้เห็นว่าสื่อวิทยุมีบทบาทการรายงานข่าวในช่วงที่สถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นม็อบชาวนาใกล้สิ้นสุดลงมากกว่าเริ่มรายงานอย่างติดตามสถานการณ์มาตั้งแต่ต้น

---

[47] สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. (2565, 17 พฤษภาคม). ผู้ว่าฯ อยุธยา พบปะพูดคุย เครือข่ายหนี้สินชาวนาเกษตรกรแห่งประเทศไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หลังยื่นหนังสือและรายชื่อเกษตรกร เร่งรัดการดำเนินงานตามมติ ครม. เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2565 ในการจัดการหนี้สินชาวนา จาก ธนาคารรัฐ 4 แห่ง. www.thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG220517183105273

[48] กรมประชาสัมพันธ์. (2563, 25 มิถุนายน). วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ ค่านิยม. www.prd.go.th/th/content/page/index/id/2

[49]Thinking Radio FM 96.5. (2565, 10 มีนาคม). เช้าทันโลก ม็อบชาวนา. www.facebook.com/Thinkingradio/videos/2141732819322206

2.1.2.3 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมผ่านสื่อวิทยุ พบว่า สื่อกระแสหลักมีการนำเสนอข่าวในมิติที่ จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเศไทย ในประเด็น "ความเสมอภาคทางเพศ หรือความเท่าเทียมระหว่างเพศ"[50] เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับเรื่องความเสมอภาคทางเพศ หรือความเท่าเทียมระหว่างเพศเป็นเรื่องที่ประชาชนในสังคมให้ความสนใจเป็นอย่างมากต่อสถานการณ์โลกปัจจุบัน โดยล่าสุดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์อันถือเป็นหน่วยงานภาคส่วนของรัฐบาล ร่วมกับ 24 องค์กร ลงนามประกาศเจตนารมย์การส่งเสริมความเสมอภาค มุ่งสร้างสังคมเสมอภาค ปราศจากการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ ทั้งนี้ประเทศไทยมีพระราชบัญญัติความเท่าเทียมระหว่างเพศ พ.ศ. 2558 ที่ระบุการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ การลงนามประกาศเจตนารมย์ครั้งนี้ เป็นหนึ่งครั้งสำคัญของประเทศไทยใน 6 เรื่องด้วยกัน อาทิ การอนุญาตให้แต่งกายตามเพศสภาพ การจัดพื้นที่ที่เหมาะสมกับเพศภาวะ เช่น ห้องน้ำสำหรับคนหลากหลายทางเพศ การประกาศรับสมัครงาน ที่จะไม่นำลักษณะทางเพศมากำหนดคุณสมบัติผู้สมัคร และการให้มีมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาการล่วงละเมิด เป็นต้น พร้อมกระตุ้นให้ประชาชนร่วมรณรงค์ปรับทัศนคติและสร้างการยอมรับของสังคมในเรื่องความเท่าเทียมระหว่างเพศ การคุ้มครองและป้องกันไม่ให้มีการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ ไม่ว่าจะเป็นเพศชาย เพศหญิง หรือผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ นอกจากนี้พบว่ายังมีการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมนี้ผ่านสื่อวิทยุประเด็น "ปักธง! สมรสเท่าเทียม มากกว่า เสมอภาค-สิทธิ-เพศ"[51] ผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา คลื่นความถี่ FM 87.5 โดยนำเสนอในส่วนการยื่นเสนอร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ จากนายธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ ส.ส. บัญชีรายชื่อพรรคก้าวไกล อธิบายถึงความแตกต่างระหว่างการแก้ไขกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ให้กลุ่มคนหลากหลายทางเพศทำการสมรสกันได้ กับพระราชบัญญัติคู่ชีวิต ที่เป็นการยอมรับในแนวทางการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันแต่ไม่อาจจดทะเบียนสมรสอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ทำให้ขาดโอกาสทำนิติกรรมและรับสิทธิ หน้าที่ต่าง ๆ อย่างถูกต้องตามกฎหมายได้ ซึ่งการรายงานข่าวดังกล่าวสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาอีกด้วย[52] กล่าวคือ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภามีวิสัยทัศน์ที่เป็นองค์กรสื่อนิติบัญญัติที่มุ่งสร้างสรรค์ พัฒนาคุณภาพบริการและสร้างพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ และในส่วนพันธกิจ ดังนี้ 1) สนับสนุนการผลิตรายการและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติเผยแพร่ผ่านทุกช่องทางของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา 2) ส่งเสริมและสนับสนุนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองและการพัฒนาระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข 3) ส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารนิติบัญญัติ

---

[50] สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. (2563, 26 มีนาคม). รายงานพิเศษ: เรื่องเสมอภาคทางเพศ หรือความเท่าเทียมระหว่างเพศ. www.thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG200306091930584

[51] สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา. (2565, 16 มีนาคม). ปักธง! สมรสเท่าเทียม มากกว่า เสมอภาค-สิทธิ-เพศ. www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=630564958013623

[52] สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา. (ม.ป.ป.). วิสัยทัศน์และพันธกิจ. www.tpchannel.org/organization/aboutus

ในเวทีประชาคมอาเซียนและรัฐสภาระหว่างประเทศ รวมทั้งองค์กรสื่อสารมวลชนอื่นทั้งในและต่างประเทศ 4) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาช่องทางการรับฟังและรับชมรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา โดยสรุปแล้ว การรายงานข่าวการเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมผ่านสถานีสื่อวิทยุของภาครัฐในแง่ของการขับเคลื่อนและผลักดันร่างพระราชบัญญัติแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ให้บรรลุผลสำเร็จเป็นรูปธรรม จะไม่ได้ปรากฏการรายงานข่าวในลักษณะติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบหรือกลุ่มผู้ชุมนุม ที่ออกมาชุมนุมประท้วง เรียกร้อง โดยมีการจัดกิจกรรมแสดงออกเชิงสัญลักษณ์เท่ากับสื่อโทรทัศน์มากนัก

## 2.2 ความเคลื่อนไหวของสื่อใหม่ที่มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

### 2.2.1 ทวิตเตอร์ (Twitter)

2.2.1.1 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองในแพลตฟอร์ม Twitter มีกลุ่มของเยาวชนที่ออกมาเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตย ในแง่มุมที่เน้นการรักษาสิทธิ์ขั้นพื้นฐานที่ควรจะได้รับจากหน่วยงานของรัฐ อาทิ สวัสดิการ คุณภาพชีวิต เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นที่ไม่ถูกคุกคามทั้งทางกายภาพและทางจิตวิทยา เนื่องด้วยผลลัพธ์ที่มาจากการบริหารงานที่ล้มเหลวของรัฐบาลจากสภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 อีกทั้งการใช้พระราชอำนาจของพระมหากษัตริย์นำกฎหมายอาญามาตรา 112 มาบังคับใช้ส่งผลให้กลุ่มเยาวชนที่มีการตื่นตัวในเรื่องของประชาธิปไตยจึงออกมาเคลื่อนไหวทางการเมือง นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่สนับสนุนและยังคงเชื่อมั่นในการทำงานของรัฐบาลและกลุ่มที่ออกมาปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งการเคลื่อนไหวทางการเมืองของหลายกลุ่มดังกล่าวข้างต้นทางสื่อใหม่ที่อยู่ในรูปแบบแพลตฟอร์ม Twitter ได้มีการนำเสนอข่าว ดังนี้

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษา

เริ่มแรกการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มนักศึกษาจะอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์ในแพลตฟอร์ม Twitter เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการประท้วงในระยะแรกของกลุ่มนักศึกษาเกิดขึ้นภายหลังศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยยุบพรรคอนาคตใหม่ ผนวกกับความไม่พอใจในการบริหารของรัฐบาลชุดปัจจุบัน ทำให้เกิดแรงกระเพื่อมครั้งใหญ่ในรั้วมหาวิทยาลัยหลายแห่งทั่วประเทศไทยที่นิสิต-นักศึกษาได้จัดแคมเปญเพื่อแสดงออกถึงความคิดเห็นทางการเมืองที่พวกเขามีบนสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ กลุ่มสหภาพนักเรียน นิสิตนักศึกษาแห่งประเทศไทยติดแฮชแท็ก #ประเทศนี้ไม่มีความยุติธรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดแฮชแท็ก #kuไม่ใช่ขนมหวานราดกะทิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ติดแฮชแท็ก #เสาหลักจะไม่หักอีกต่อไป และมหาวิทยาลัยรามคำแหง ติดแฮชแท็ก #ลูกพ่อขุนไม่รับใช้เผด็จการ เป็นต้น ทั้งนี้ จากการชุมนุมบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ส่งผลให้ในระยะเวลาต่อมากลุ่มผู้ชุมนุมมีการนัดออกมาชุมนุมในเชิงทางกายภาพที่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตยตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการชุมนุมของกลุ่มนักศึกษาที่มีการดำเนินการชุมนุมมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดีการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่บนแพลตฟอร์ม Twitter จะมีลักษณะการนำเสนอข่าวที่สั้นและกระชับ เนื่องจากข้อจำกัดของ Twitter ที่สามารถเขียนได้ไม่เกิน

280 ตัวอักษรเท่านั้น โดยสื่อใหม่ที่มีการติดตามข่าวของการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาในสื่อประเภทออนไลน์โดยเฉพาะกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ขยายช่องทางแพลตฟอร์มมาสู่ออนไลน์ ซึ่งช่วงแรกของการชุมนุมในวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 มีการเกิดขึ้นของแฮชแท็ก #เยาวชนปลดแอก บนแพลตฟอร์ม Twitter ซึ่งสื่อใหม่ที่มีการติดตามและทำข่าว ได้แก่ ประชาไท THE STANDARD และกลุ่มองค์กรเอกชนอิสระ iLAW มีการนำเสนอข่าวข้อเรียกร้องของกลุ่มมวลชนเป็นสำคัญ ได้แก่ หยุดคุกคามประชาชน ประกาศยุบสภา และร่างรัฐธรรมนูญใหม่โดยประชาชน หรือตัวแทนประชาชน พร้อมทั้งลงภาพบรรยากาศการชุมนุมของกลุ่มเยาวชนปลดแอก[53] ต่อมาในวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เกิดแฮชแท็ก #วิ่งกันนะแฮมทาโร่ ขึ้นใน Twitter ซึ่งเป็นกิจกรรมเชิญชวนวิ่งวนรอบเขตพื้นที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พร้อมกับร้องเพลงที่ดัดแปลงมาจากเพลงประกอบการ์ตูนญี่ปุ่นอย่างแฮมทาโร่ เพื่อจุดประสงค์ในการล้อเลียนรัฐบาลโดยผ่าน การดัดแปลงเนื้อเพลงท่อนหนึ่งว่า “วิ่งนะวิ่งนะแฮมทาโร่ของอร่อยที่สุดก็คือภาษีประชาชน” พร้อมทั้งมีการชูป้ายตะโกนยุบสภา ซึ่งสื่อใหม่ที่มีการทำนำเสนอข่าว ได้แก่ ThaiNewsPix มติชน THE STANDARD The MATTER นอกจากนี้ในช่วงต้นเดือนสิงหาคม วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมมีการจัดกิจกรรมธรรมศาสตร์จะไม่ทนที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานหลายพันคนและมีเทรนด์ติดอันดับขึ้นใน Twitter ที่มีแฮชแท็กชื่อว่า #ธรรมศาสตร์จะไม่ทน ซึ่งการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ของกลุ่มผู้ชุมนุมมีแกนนำหลายคนขึ้นปราศรัย และการชุมนุมได้ใช้ระยะเวลานาน ส่งผลให้สื่อใหม่มีการนำเสนอข่าวการชุมนุมครั้งนี้ใน Twitter เป็นการพาดหัวข่าวด้วยเนื้อหาสั้น ๆ โดยลงลิงก์ของสำนักข่าวแนบท้ายข้อความ เพื่อให้กลุ่มคนที่สนใจสามารถเข้าไปอ่านข่าวฉบับเต็มและทำความรู้จักสำนักข่าวที่เป็นสื่อใหม่ได้บนเว็บไซต์ของสำนักข่าว ได้แก่ ประชาไท THE STANDARD สื่อใหม่ได้มีการนำเสนอข่าวบรรยากาศของการชุมนุม พร้อมเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุมในเรื่อง 10 ข้อเรียกร้องให้มีการปฏิรูปสถาบันกษัตริย์ ซึ่งข้อเรียกร้องนี้สื่อกระแสหลักไม่ได้มีการนำเสนอข้อเรียกร้องฉบับเต็มเหมือนกับสื่อใหม่ที่มีการยกข้อความฉบับเต็มของกลุ่มผู้ชุมนุมมานำเสนอ ได้แก่ 1) ยกเลิกมาตรา 6 ของรัฐธรรมนูญ ว่าผู้ใดจะกล่าวหาฟ้องร้องกษัตริย์มิได้ และเพิ่มบทบัญญัติให้สภาผู้แทนราษฎรสามารถพิจารณาความผิดของกษัตริย์ได้ เช่นเดียวกับที่เคยบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญฉบับคณะราษฎร 2) ยกเลิกประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 112 รวมถึงเปิดให้ประชาชนได้ใช้เสรีภาพแสดงความคิดเห็นต่อสถาบันกษัตริย์ได้ และนิรโทษกรรมผู้ถูกดำเนินคดีเพราะวิพากษ์วิจารณ์สถาบันกษัตริย์ทุกคน 3) ยกเลิก พ.ร.บ.จัดระเบียบทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ พ.ศ. 2561 และให้แบ่งทรัพย์สินออกเป็นทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่อยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงการคลัง และทรัพย์สินส่วนพระองค์ที่เป็นของส่วนตัวของกษัตริย์อย่างชัดเจน 4) ตัดลดงบประมาณแผ่นดินที่จัดสรรให้กับสถาบันกษัตริย์ให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจของประเทศ

[53] ประชาไท. (2563, 18 กรกฎาคม). 15.50 กลุ่มประชาชนที่เดินทางมาก่อนเวลานัดเริ่มชูป้ายที่รอบนอกอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย. www.twitter.com/prachatai/status/1284415243586809856 THE STANDARD. (2563, 18 กรกฎาคม). มวลชนลงถนนหน้าอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เรียกร้องยุบสภา หยุดคุกคาม แก้รัฐธรรมนูญ. www.twitter.com/thestandardth/status/1284451826360672256 และ iLAW. (2563, 18 กรกฎาคม). กลุ่มผู้ชุมนุม #เยาวชนปลดแอก ร่วมชู 3 นิ้วเรียกร้อง 3 ข้อจากรัฐบาล. www.twitter.com/iLawclub/status/1284436790305189888

5) ยกเลิกส่วนราชการในพระองค์ หน่วยงานที่มีหน้าที่ชัดเจน เช่น หน่วยบัญชาการถวายความปลอดภัยรักษาพระองค์ให้ย้ายไปสังกัดหน่วยงานอื่น และหน่วยงานที่ไม่มีความจำเป็น เช่น คณะองคมนตรี ให้ยกเลิก 6) ยกเลิกการบริจาคและรับบริจาคโดยเสด็จพระราชกุศลทั้งหมด เพื่อกำกับให้การเงินของสถาบันกษัตริย์อยู่ภายใต้การตรวจสอบทั้งหมด 7) ยกเลิกพระราชอำนาจในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในที่สาธารณะ 8) ยกเลิกการประชาสัมพันธ์และการให้การศึกษาที่เชิดชูสถาบันกษัตริย์แต่เพียงด้านเดียวจนเกินงามทั้งหมด 9) สืบหาความจริงเกี่ยวกับการสังหารเข่นฆ่าราษฎรที่วิพากษ์วิจารณ์หรือมีความเกี่ยวข้องใด ๆ เกี่ยวกับสถาบันกษัตริย์ และ 10) ห้ามมิให้ลงพระปรมาภิไธยรับรองการรัฐประหารครั้งใดอีก[54]

ภาพที่ 33 ภาพลักษณะการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่ที่จะพาดหัวข้อไว้ และทิ้งลิงก์ไว้ให้ติดตามต่อในเว็บไซต์ของสำนักข่าว

ที่มา : www.twitter.com/prachatai/status/1292794897058078720

โดยต่อมามีเทรนด์แฮชแท็ก #19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ขึ้น ถือได้ว่าเป็นการชุมนุมครั้งใหญ่ที่มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่วันที่ 19-20 กันยายน พ.ศ. 2563 และการติดเทรนด์ Twitter อันดับ 1 โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นใน 2 วันนี้ เป็นกิจกรรมที่กลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมได้จัดขึ้นในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 แกนนำได้มีการขึ้นเวทีปราศรัยที่ท้องสนามหลวง ซึ่งสื่อใหม่ได้มีการบรรยายสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ประชาไท มติชน THE STANDARD นอกจากนี้ สื่อใหม่บางสำนักข่าวมีการลงพื้นที่สัมภาษณ์ประชาชนที่เข้ามาร่วมชุมนุม อาทิ มติชนได้สัมภาษณ์นางสาวพรรณิการ์ วานิช

[54] ประชาไท. (2563, 10 สิงหาคม). ประมวลชุมนุม #ธรรมศาสตร์จะไม่ทน 'เราไม่ต้องการปฏิรูปเราต้องการปฏิวัติ'. www.prachatai.com/journal/2020/08/88977

ถึงมุมมองของการชุมนุมในวันนี้ว่าสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนทุกเพศทุกวัยมีการตื่นตัวเรื่องของประชาธิปไตยมากขึ้น[55] ส่วน The MATTER ได้มีการสัมภาษณ์นายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ ที่เน้นย้ำจุดยืนถึงกลุ่มทุนที่สนับสนุนรัฐประหาร และปัญหาที่ประเทศต้องเผชิญหลังรัฐประหาร พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2557[56] นอกจากนี้ในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2563 มีการจัดกิจกรรมภายใต้ชื่อเดียวกันคือ #19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ซึ่งเป็นกิจกรรมการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 บริเวณท้องสนามหลวง โดยสื่อใหม่ที่ได้มีการนำเสนอข่าวได้แก่ PostToday ข่าวสด มติชน THE STANDARD ในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถือเป็นวันสำคัญทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นวันครบรอบเหตุการณ์การปราบผู้ชุมนุมในช่วงรัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจร ส่งผลให้ถือได้ว่าวันนี้เป็นการชุมนุมใหญ่ จึงทำให้เทรนด์ใน Twitter ติดแฮชแท็ก #ม็อบ14ตุลา ได้ขึ้นอันดับที่ 1 ซึ่งการชุมนุมในวันนี้กลุ่มคณะราษฎร 2563 ได้ประกาศจะเคลื่อนไปยังทำเนียบรัฐบาล เพื่อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออก ร่างรัฐธรรมนูญใหม่ และปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งสื่อใหม่ได้มีการเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมได้แก่ THE STANDARD The MATTER ซึ่งการชุมนุมในวันนี้สื่อใหม่อย่าง THE STANDARD ได้นำเสนอที่แตกต่างจาก The MATTER คือ นำเสนอข่าวการปะทะกันระหว่างกลุ่มผู้ชุมนุมคณะราษฎร และกลุ่มผู้สวมใส่เสื้อเหลือง โดยมีการขว้างปาสิ่งของใส่กันบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย[57] ส่วน The MATTER นำเสนอข่าวเป็นภาพบรรยากาศของการชุมนุมเท่านั้น ในวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2563 มีแฮชแท็ก #ม็อบ21ตุลา ใน Twitter เกิดขึ้น โดยกลุ่มคณะราษฎรนัดชุมนุมที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิก่อนเคลื่อนไปยังทำเนียบรัฐบาลเพื่อยื่นข้อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง ซึ่งสื่อใหม่ได้นำเสนอภาพบรรยากาศการชุมนุมของกลุ่มเยาวชน ได้แก่ THE STANDARD The MATTER และประชาไท ทั้งนี้ THE STANDARD ติดตามสถานการณ์และนำเสนอข่าวผ่าน YouTube มากกว่า Twitter แต่อย่างไรก็ดีสำนักข่าวประชาไทได้มีการรายงานข่าวเพิ่มเติมในส่วนการเคลื่อนขบวนของกลุ่มผู้ชุมนุมไปยังทำเนียบรัฐบาล โดยนำเสนอข่าวว่ามวลชนมีการตะโกนข้อความที่เกี่ยวกับความต้องการให้แก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ข้อความวิพากษ์วิจารณ์นายกรัฐมนตรี และข้อความแสดงการตัดพ้อถึงสถานะของประชาชนระหว่างการเคลื่อนขบวนเดินไปทำเนียบรัฐบาล จากการนำเสนอข่าวข้างต้นของสื่อใหม่ แสดงให้เห็นว่าสื่อใหม่มีการนำเสนอที่อิสระมากกว่าสื่อกระแสหลัก เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มีกฎระเบียบมากำหนดการนำเสนอข่าว ทั้งนี้ในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563 มีแฮชแท็ก #ม็อบ26ตุลา ใน Twitter เกิดขึ้น จึงมีกลุ่มผู้ชุมนุมเดินขบวนจากแยกสามย่านไปยังสถานเอกอัครราชทูตเยอรมนี เพื่อยื่นหนังสือสอบถามเกี่ยวกับการใช้พระราชอำนาจและการประทับในรัฐบาวาเรีย ประเทศเยอรมนี ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 10 ซึ่งมีสื่อติดตาม

---

[55] มติชน. (2563, 19 กันยายน). เมื่อ "ช่อ พรรณิการ์" แกนนำ #คณะก้าวหน้า มาร่วมชุมนุมที่ #ธรรมศาสตร์ เพื่อผลักดัน #กงล้อประวัติศาสตร์. www.twitter.com/matichontv/status/1307247659594309632?s=29&t=EmsM-LtkNJK68vlO5OKlzg

[56] The MATTER. (2563, 19 กันยายน). ฟังจุดยืนจาก ธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ. www.twitter.com/thematterco/status/1307306577188196352?s=29&t=KTKqjUyFLwSlT6WBegrWLw

[57] THE STANDARD. (2563, 14 ตุลาคม). BREAKING: 13.00 น. เกิดเหตุปะทะกันระหว่างผู้ชุมนุมคณะราษฎร และกลุ่มผู้สวมใส่เสื้อเหลือง. www.twitter.com/thestandardth/status/1316260599245033473

สถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ช่อง VoiceTV ได้ถ่ายทอดสดติดตามตลอดช่วงของการชุมนุม[58] ทางสื่อ THE STANDARD มีการติดตามสถานการณ์การชุมนุมเช่นกัน โดยนำเสนอข่าวลักษณะบรรยายบรรยากาศการชุมนุมตั้งแต่มวลชนเคลื่อนตัวจากบริเวณแยกสามย่านไปยังสถานทูตเยอรมนีผ่านการพิมพ์ข้อความ[59]

วันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ใน Twitter ติดเทรนด์แฮชแท็ก #ม็อบ18พฤศจิกา เกิดขึ้นจากรัฐสภาลงมติห้ามแก้ไขรัฐธรรมนูญหมวด 1 และหมวด 2 รวมทั้งปฏิเสธร่างรัฐธรรมนูญฉบับที่ iLaw ยกร่าง ส่งผลให้ผู้ชุมนุมไม่พอใจประเด็นร่างรัฐธรรมนูญ จึงจัดชุมนุมที่แยกราชประสงค์ขึ้น ซึ่งสื่อใหม่ที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ช่อง Voice TV มีการถ่ายทอดสดติดตามตลอดช่วงการชุมนุม[60] และอีกสามสื่อที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมอย่าง THE STANDARD SpringNews และ Sanook.com ได้มีการนำเสนอข่าวกลุ่มผู้ชุมนุมเคลื่อนขบวนจากแยกราชประสงค์เดินทางไปยังหน้าสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อทำการสาดสีใส่ป้ายสำนักงานตำรวจแห่งชาติ แสดงความไม่พอใจต่อการเลือกปฏิบัติของตำรวจต่อผู้ชุมนุม พร้อมกับการปราศรัยเพื่อยืนยันข้อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง และการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่อันมีที่มาจากประชาชน อย่างไรก็ดี สำนักข่าว SpringNews ได้นำเสนอในมุมที่แตกต่างจากสำนักข่าว THE STANDARD และSanook.com กล่าวคือ นำเสนอในมุมของเจ้าหน้าที่ตำรวจภายหลังจากการที่ผู้ชุมนุมยุติการชุมนุมแล้วเจ้าหน้าที่ได้เร่งทำความสะอาดป้ายสำนักงานตำรวจแห่งชาติ รวมถึงบริเวณผนัง ประตูและบาทวิถี เพื่อล้างทำความสะอาดคราบสีบางส่วน พร้อมนำอุปกรณ์เข้าทำความสะอาดบริเวณโดยรอบ[61] ในวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มนักศึกษาได้จัดกิจกรรมยกเลิก 112 สิ แล้วเราจะเล่าให้ฟัง เป็นการชุมนุมครั้งสุดท้ายของปี พ.ศ. 2563 ซึ่งในสื่อสังคมออนไลน์มีการเกิดแฮชแท็ก #ม็อบ10ธันวา โดยสื่อใหม่มีการนำเสนอข่าว ได้แก่ THE STANDARD ช่อง VoiceTV โดยนำเสนอภาพบรรยากาศของการชุมนุมและกิจกรรมที่จัดขึ้นของกลุ่มผู้ชุมนุม กล่าวคือบริเวณอนุสรณ์สถาน 14 ตุลา กลุ่มผู้ชุมนุมจัดกิจกรรมยกเลิก 112 สิ แล้วเราจะเล่าให้ฟัง โดยกิจกรรมประกอบไปด้วยการเสวนา การปาฐกถา และการแสดง มีมวลชนเข้าร่วมตลอดทั้งวัน โดยปาฐกถาจะเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการยกเลิกมาตรา 112[62]

---

[58] Voice TV. (2563, 26 ตุลาคม). LIVE! #ม็อบ26ตุลา บรรยากาศการชุมนุมแยกสามย่าน. www.twitter.com/VoiceTVOfficial/status/1320655924441174016

[59] THE STANDARD. (2563, 26 ตุลาคม). เกาะติด #ม็อบ26ตุลา คณะราษฎรเดินขบวนไปสถานทูตเยอรมนี. www.twitter.com/thestandardth/status/1320680164313853953

[60] Voice TV. (2563, 18 พฤศจิกายน). LIVE! การชุมนุมที่แยกราชประสงค์ #ม็อบ18พฤศจิกา. www.twitter.com/VoiceTVOfficial/status/1328992360303267842

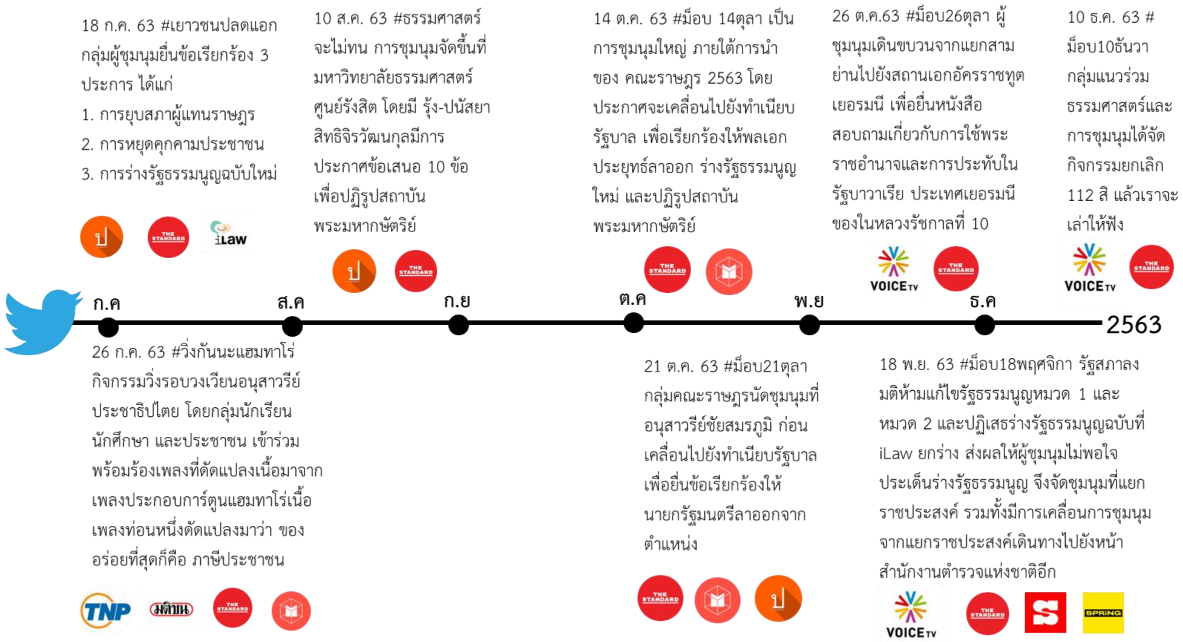
[61] SpringNews. (2563, 19 พฤศจิกายน). เจ้าหน้าที่ เร่งดำเนินการทำความสะอาดคราบสีบริเวณด้านหน้าป้ายสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และผนังวัดปทุมวนาราม หลังถูกกลุ่มผู้ชุมนุมใช้สีสาดใส่. www.twitter.com/SPRiNGNEWS_TH/status/1329235864258371590

[62] THE STANDARD. (2563, 10 ธันวาคม). เพนกวินแต่งชุดไทย ตีผมโป่ง ร้องเพลงฉ่อยเอาใจแม่ยก ในกิจกรรม 'ยกเลิก 112 สิ แล้วเราจะเล่าให้ฟัง'. www.twitter.com/thestandardth/status/1337050074166267905 และ Voice TV. (2563, 10 ธันวาคม). 'ปวิน'โผล่เวทีเสวนายกเลิก 112. www.twitter.com/VoiceTVOfficial/status/1337067821738709000

ภาพที่ 34 ภาพการชุมนุมในวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2563

ที่มา : www.twitter.com/VoiceTVOfficial/status/1337067821738709000

จากการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่ผ่านแพลตฟอร์ม Twitter มีลักษณะการนำเสนอข่าวที่สั้นและกระชับ เนื่องจากข้อจำกัดของ Twitter ที่สามารถเขียนข้อความได้ไม่เกิน 280 ตัวอักษรเท่านั้น หากต้องนำเสนอเนื้อหาการชุมนุมแบบติดตามสถานการณ์ สื่อใหม่จะมีการลงลิงก์ช่องทางของสำนักข่าวไว้แนบท้ายข้อความเพื่อให้กลุ่มคนที่สนใจสามารถเข้าไปอ่านข่าวฉบับเต็ม และทำความรู้จักสำนักข่าวที่เป็นสื่อใหม่ได้ที่เว็บไซต์ของสำนักข่าว นอกจากนี้ สื่อใหม่มีการนำเสนอเนื้อหาของกลุ่มผู้ชุมนุมได้อิสระมากกว่าสื่อกระแสหลัก เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มีกฎระเบียบมากำหนดต่อการนำเสนอข่าว สื่อใหม่มีการนำเสนอข่าวแบบไม่มีการตัดคำหรือเปลี่ยนแปลงสำนวนของกลุ่มผู้ชุมนุม ส่งผลให้เนื้อหาของสื่อใหม่ในบางครั้งตรงต่อความคิดเห็นและความรู้สึกของผู้รับสารมากกว่าสื่อกระแสหลัก สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้




ภาพที่ 35 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาโดยสื่อใหม่ ทวิตเตอร์

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดปรากฏการณ์นักเรียนมัธยมชูสามนิ้วและติดโบขาวต้านเผด็จการ มีจุดประสงค์เรียกร้องให้นายณัฏฐพล ทีปสุวรรณ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ลาออกจากตำแหน่ง ทั้งนี้สำหรับข้อเรียกร้องของกลุ่มนักเรียนคือ การเหลื่อมล้ำของการศึกษา และการละเมิดสิทธิในร่างกาย โดยการจัดการชุมนุมในลักษณะกายภาพของกลุ่มนักเรียนภายใต้ชื่อนักเรียนเลวจึงได้เริ่มต้นขึ้น ในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2563 และเกิดแฮชแท็ก #เลิกเรียนไปกระทรวง อย่างไรก็ดี สื่อใหม่ที่มีการนำเสนอผ่านแพลตฟอร์ม Twitter ได้แก่ ช่องVoiceTV ได้มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การตลอดช่วงการชุมนุม[63] แต่การนำเสนอใน Twitter จะเป็นการพาดหัวข่าวและลงลิงก์ช่องทางให้ผู้ที่สนใจกดเข้าไปชมการถ่ายทอดสดผ่านทาง Facebook และ YouTube ส่วนสำนักข่าว THE STANDARD The MATTER The Momentun และกลุ่มองค์กรเอกชนอิสระ iLAW มีการนำเสนอข่าวลักษณะการบรรยายกิจกรรมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้นผ่านการพิมพ์ข้อความ ซึ่งสื่อ The MATTER มีการนำเสนอข่าวที่แตกต่างจาก THE STANDARD The Momentun และกลุ่มองค์กรเอกชนอิสระ iLAW คือ มีการนำประเด็นที่แกนนำของกลุ่มนักเรียนเลวปราศรัยมานำเสนอในเชิงคบคิด โดยนำเสนอคำปราศรัยว่า “ทำไมเด็กถึงแสดงความเห็นเรื่องการเมืองไม่ได้ บอกเด็กไม่รู้หน้าที่ แต่ทหารที่ยึดอำนาจ รู้หน้าที่ตัวเองดีแล้วหรอ ชาติจะไม่มีอนาคต ถ้าคุณไม่หยุดคุกคามอนาคตของชาติ”[64] การนำเสนอข่าวของสื่อใหม่นี้เป็นการนำเสนอข่าวอย่างอิสระ สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้มากกว่าสื่อกระแสหลัก ทั้งนี้ กลุ่มนักเรียนเลวมีการยกระดับการชุมนุม โดยจัดการชุมนุมครั้งใหญ่ภายใต้ชื่อ บ๊ายบายไดโนเสาร์ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 บริเวณใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ได้ขึ้นอันดับยอดนิยมบน Twitter ในแฮชแท็ก #บ๊ายบายไดโนเสาร์ สื่อใหม่มีการนำเสนอข่าวการชุมนุมผ่าน Twitter โดยสรุปภาพรวมของการชุมนุมที่กลุ่มนักเรียนเลว มีการขึ้นเวทีปราศรัย วิพากษ์ วิจารณ์การทำงานของรัฐบาล นโยบายด้านการศึกษา และตั้งคำถามต่อการทำงานของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ รวมทั้งมีการลงคลิปกิจกรรมการชุมนุมที่ทางกลุ่มนักเรียนเลวจัดขึ้นเป็นคลิปสั้น ๆ ได้แก่ ประชาไท มติชน THE STANDARD และ ช่อง Voice TV

[63] Voice TV. (2563, 19 สิงหาคม). LIVE! เป่านกหวีดไล่ รมว.ศึกษาฯ ก.ศึกษาธิการ. www.twitter.com/VoiceTVOfficial/status/1296009640031875073

[64] The MATTER. (2563, 19 สิงหาคม). พลอย เบญจมาภรณ์ นิวาส จากกลุ่ม #นักเรียนเลว ปราศรัย. www.mobile.twitter.com/thematterco/status/1296018315089809409

ภาพที่ 36 การชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลวในวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563
ที่มา : www.twitter.com/thestandardth/status/1330198186963705858

อย่างไรก็ดีในช่วงของปลายปี พ.ศ. 2563 กลุ่มนักเรียนเลวได้มีการจัดกิจกรรมนัดแต่งชุดไปรเวทไปโรงเรียนในวันเปิดภาคเรียนพร้อมทั้งมีการนัดชุมนุมที่หน้ากระทรวงศึกษาธิการเพื่อเสนอให้กระทรวงยกเลิกระเบียบบังคับใส่ชุดนักเรียน โดยกิจกรรมจัดขึ้นในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2563 พร้อมติดแฮชแท็กในสื่อสังคมออนไลน์ว่า #1ธันวาบอกลาเครื่องแบบ ซึ่งเป็นกิจกรรมส่งท้ายปีกิจกรรมสุดท้ายของกลุ่มนักเรียนเลว สื่อใหม่ได้มีการนำเสนอข่าวโดยการบรรยายกิจกรรมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น ได้แก่ ประชาไท และข่าวสด นอกจากนี้สื่อใหม่ยังได้มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลวตลอดช่วงระยะเวลา ได้แก่ THE STANDARD และ ช่อง Voice TV แต่รูปแบบการนำเสนอการถ่ายทอดสดจะแตกต่างกัน อย่างสื่อ THE STANDARD จะลงลิงก์ช่องทางติดตามการถ่ายทอดสดบน Facebook[65] ส่วนช่อง Voice TV สามารถรับชมผ่านแพลตฟอร์ม Twitter[66] การนำเสนอการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์ของกลุ่มนักเรียนเลวผ่านสื่อใหม่จะแตกต่างจากสื่อกระแสหลักที่นำเสนอเพียงการตัดคลิปสั้น ๆ บางช่วงของการชุมนุมเท่านั้น สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้

---

[65] THE STANDARD. (2563, 1 ธันวาคม). LIVE: #เลิกเรียนไปกระทรวง กลุ่มที่ใช้ชื่อว่า “นักเรียนเลว”. www.twitter.com/thestandardth/status/1333711538339811329

[66] Voice TV. (2563, 1 ธันวาคม). LIVE! บรรยากาศกลุ่ม #นักเรียนเลว นัดทำกิจกรรมเลิกเรียนไปกระทรวงศึกษาธิการ. www.twitter.com/VoiceTVOfficial/status/1333697148450291712

ภาพที่ 37 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียนโดยสื่อใหม่ ทวิตเตอร์

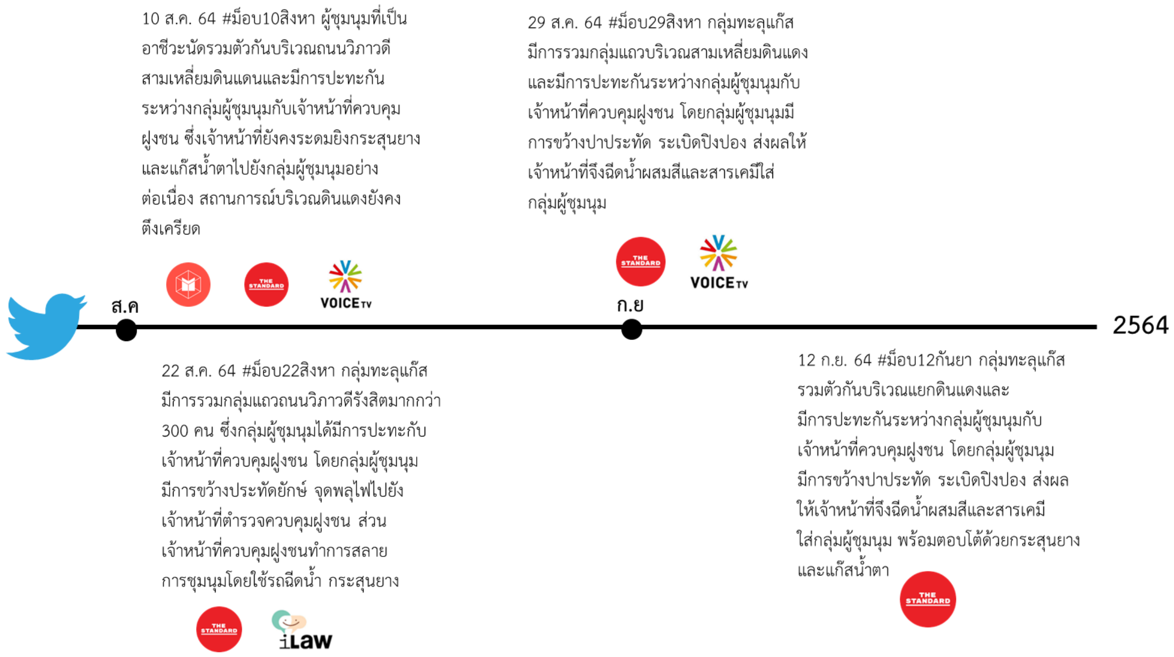
3) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะ

เหตุการณ์การชุมนุมในช่วงปี พ.ศ. 2564 จะแตกต่างจากการชุมนุมในช่วงปี พ.ศ. 2563 ที่การชุมนุมมีการยกระดับไปสู่ความรุนแรง โดยกลุ่มการเคลื่อนไหวที่มีชื่อเรียกว่า ม็อบดินแดง กลุ่มทะลุแก๊ส สืบเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจจากผลกระทบโควิด-19 การไม่สามารถเข้าถึงสวัสดิการขั้นพื้นฐานของรัฐ ด้วยสาเหตุเหล่านี้ส่งผลให้กลุ่มม็อบดินแดง หรือกลุ่มทะลุแก๊สขาดการเชื่อมั่นต่อการบริหารงานของนายกรัฐมนตรี จึงออกมาชุมนุมเพื่อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง ทั้งนี้สื่อใหม่มีการติดตามสถานการณ์การชุมนุมอย่างต่อเนื่อง มีทั้งการนำเสนอด้วยลักษณะการบรรยายสถานการณ์การชุมนุมผ่านข้อความลงใน Twitter หรือมีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมตลอดช่วงของการชุมนุม โดยการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่เน้นการนำเสนอสถานการณ์ชุมนุมที่แตกต่างจากการชุมนุมของกลุ่มนักศึกษาที่เน้นแสดงออกถึงความรุนแรง การเผชิญหน้ากับเจ้าหน้าที่ด้วยอาวุธต่าง ๆ

ภาพที่ 38 ภาพการชุมนุมของกลุ่มทะลุแก๊สที่แยกดินแดง

ที่มา: www.twitter.com/thestandardth/status/1429607604246876164

สื่อใหม่ที่มีการติดตามสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ข่าวสด องค์กรเอกชนอิสระ iLAW The MATTER THE STANDARD และ ช่อง Voice TV มีการนำเสนอข่าวลักษณะการบรรยายสถานการณ์การชุมนุมผ่านข้อความและมีการตัดคลิปสั้น ๆ ลงใน Twitter นอกจากนี้ THE STANDARD และช่อง Voice TV มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมที่แยกดินแดง แต่รูปแบบการนำเสนอจะแตกต่างกันตรงที่ THE STANDARD นั้น ลงลิงก์ช่องทางรับชมใน Twitter เพื่อให้กดเข้าไปรับชมการถ่ายทอดสดบน Facebook ส่วนช่อง Voice TV จะลงลิงก์ใน Twitter เพื่อให้กดเข้าไปรับชมการถ่ายทอดสดบน YouTube สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้




ภาพที่ 39 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะโดยสื่อใหม่ ทวิตเตอร์

4) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาลและกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดกลุ่มผู้ชุมนุมที่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการเรียกร้องของกลุ่มนักศึกษา ได้แก่ ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาล และฝ่ายที่ออกมาปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ อย่างไรก็ดี ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลมีการจัดกิจกรรมเดินเชียร์ลุงขึ้น สื่อใหม่ได้มีนำเสนอข่าวผ่านแฮชแท็ก #เดินเชียร์ลุง โดยมีลักษณะการบรรยายบรรยากาศกิจกรรมเดินเชียร์ลุง ซึ่งมีการพาดหัวข้อข่าวสั้นบน Twitter และลงลิงก์ช่องทางให้ผู้อ่านติดตามข่าวต่อบน Facebook และ YouTube ของสำนักข่าว ได้แก่ ประชาไท และ THE STANDARD อย่างไรก็ดี การนำเสนอข่าวของประชาไทจะแตกต่างจาก THE STANDARD ตรงที่ประชาไทมีการให้พื้นที่สัมภาษณ์ผู้ชุมนุมด้วย โดยกลุ่มผู้ชุมนุมให้สัมภาษณ์ว่าตั้งใจมาร่วมกิจกรรมเพื่อให้เห็นว่ายังมีคนจำนวนมากที่สนับสนุนการบริหาร

ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ และกล่าวด้วยว่ารัฐบาลชุดนี้ตั้งใจทำงาน มีผลงาน[67] ส่วนกลุ่มผู้ชุมนุมอีกกลุ่มเป็นกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ ได้แก่ กลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันที่ออกมาเคลื่อนไหวการชุมนุมในลักษณะกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะ โดยนัดรวมตัวที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยเพื่อแสดงออกว่าไม่เห็นด้วยกับกลุ่มนักศึกษา และต้องการให้หยุดจาบจ้วงและดูหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งสื่อใหม่มีการพาดหัวข้อข่าวสั้นบน Twitter และลงลิงก์ช่องทางให้ผู้อ่านติดตามข่าวต่อในเว็บไซต์ของสำนักข่าว ได้แก่ THE STANDARD โดย THE STANDARD มีการนำเสนอข่าวของกลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันในวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ผ่านแฮชแท็ก #ม็อบ8พฤศจิกา นำเสนอถึงจุดยืนของกลุ่มผู้ชุมนุมคือปักหลักสังเกตการณ์ฝั่งกลุ่มราษฎร เพื่อไม่ให้จาบจ้วงและดูหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์[68]

ภาพที่ 40 ภาพการชุมนุมของกลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถานบันที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย
ที่มา : www.twitter.com/thestandardth/status/1325372579259953153

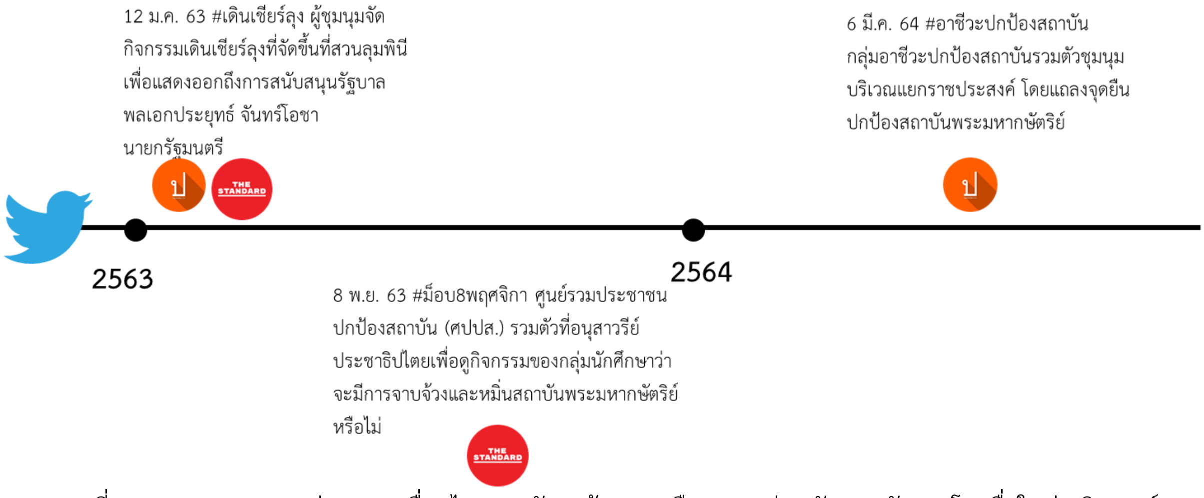
ส่วนกลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบันก็มีการจัดการชุมนุม และมีแนวทางเช่นด้วยกันกับกลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันคือ การต้องการให้กลุ่มนักศึกษาหยุดจาบจ้วงและดูหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งทางกลุ่มได้มีการจัดกิจกรรมการชุมนุมในเชิงกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะแยกราชประสงค์ โดยสื่อใหม่มีการพาดหัวข้อข่าวสั้นบน Twitter และลงลิงก์ช่องทางให้ผู้อ่านติดตามข่าวต่อในเว็บไซต์ของสำนักข่าว ได้แก่ ประชาไท ซึ่งประชาไทมีการนำเสนอคำแถลงการณ์ของกลุ่มผู้ชุมนุมว่า อยู่อย่างจงรัก ตายอย่างภักดี พร้อมลุกฮือ ปกป้องสถาบัน[69] ผ่านแฮชแท็ก #อาชีวะปกป้องสถาบัน สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้

---

[67] ประชาไท. (2563, 12 มกราคม). ฟังเหตุผล "เดินเชียร์ลุง". www.twitter.com/prachatai/status/1216370247172640769

[68] THE STANDARD. (2563, 8 พฤศจิกายน). SHORT NEWS: ศปปส. มวลชนเสื้อเหลืองยุติการชุมนุมที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยแล้ว. www.twitter.com/thestandardth/status/1325372579259953153

[69] ประชาไท. (2564, 6 มีนาคม). 'อาชีวะปกป้องสถาบัน' ชุมนุมลั่นอยู่อย่างจงรัก ตายอย่างภักดี พร้อมลุกฮือ. www.twitter.com/prachatai/status/1368152284396326916




ภาพที่ 41 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาลโดยสื่อใหม่ ทวิตเตอร์

2.2.1.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มรถบรรทุก

น้ำมันแพงเป็นผลสืบเนื่องมาจากสถานการณ์ราคาน้ำมันตลาดโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น เพราะเกิดจากความต้องการใช้พลังงานทั่วโลกเพิ่มขึ้นภายหลังเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิด-19 อีกทั้งมีปัจจัยค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง จึงส่งผลกระทบต่อราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศไทย[70] ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2564 ถึง ต้นปี พ.ศ. 2565 มีการเกิดขึ้นของกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่มีการนัดรวมตัวกันจัดกิจกรรม Truck Power เพื่อเสนอข้อเรียกร้องต่อรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาราคาน้ำมัน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ขอตรึงราคาน้ำมันดีเซล 25 บาทต่อลิตรเป็นเวลา 1 ปี 2) ลดภาษีสรรพสามิตลง 5 บาทต่อลิตรเป็นระยะเวลา 1 ปี และ 3) ยกเลิกการเก็บเงินเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นเวลา 1 ปี[71] ซึ่งสื่อใหม่ได้มีการนำเสนอภาพบรรยากาศของการจัดกิจกรรม Truck Power พร้อมทั้งระบุถึงเส้นทางที่กลุ่มผู้ชุมนุมจะเคลื่อนขบวนไป รวมทั้งมีการนำเสนอข่าวเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบรถบรรทุกผ่านแฮชแท็ก #ม็อบรถบรรทุก ซึ่งสื่อใหม่ที่มีการนำเสนอข่าวของม็อบรถบรรทุก ได้แก่ THE STANDARD The MATTER และข่าวสด โดย THE STANDARD มีการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุก ในวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 โดยมีการพาดหัวข่าวที่เน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุมที่ต้องการขอตรึงราคาน้ำมันดีเซล 25 บาทต่อลิตร รวมทั้งมีการลงลิงก์ช่องทางท้ายข้อความใน Twitter ให้ผู้อ่านติดตามต่อในเว็บไซต์ของสำนักข่าว ซึ่งในเว็บสำนักข่าว THE STANDARD มีการให้พื้นที่สื่อโดยการสัมภาษณ์นายอภิชาติ ไพรรุ่งเรือง ประธานสหพันธ์การขนส่งทางบกแห่งประเทศไทยเพื่อเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบรถบรรทุกคือ ความพยายามตรึงราคา

---

[70] ไทยรัฐ. (2564, 21 ตุลาคม). ชวนไขข้อสงสัย "ทำไมน้ำมันแพง" ไม่ใช่แค่เมืองไทย แต่เป็นทั่วโลก. www.thairath.co.th/business/feature/2223022

[71] ไทยพีบีเอส. (2564, 19 ตุลาคม). 6 เส้นทาง รถบรรทุกเคลื่อนพล 10 โมง ร้องรัฐตรึงราคาดีเซล. www.news.thaipbs.or.th/content/308759

น้ำมันดีเซลที่ 25 บาทต่อลิตร ลดภาษีสรรพสามิตลง 5 บาทต่อลิตร และยกเลิกการเก็บเงินเข้ากองทุนพลังงานเป็นระยะเวลา 1 ปี[72] ส่วนการนำเสนอของ The MATTER และข่าวสด มีการนำเสนอเป็นข่าวสั้นของม็อบรถบรรทุก ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ผ่านแฮชแท็ก #ม็อบรถบรรทุก โดยนำเสนอภาพบรรยากาศของการชุมนุมและเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องกลุ่มผู้ชุมนุมที่ต้องการให้รัฐบาลควบคุมราคาน้ำมัน รวมทั้งเรียกร้องให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานลาออก เนื่องจากไม่สามารถแก้ไขปัญหาราคาน้ำมันแพงได้[73] สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้

ภาพที่ 42 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจของกลุ่มรถบรรทุกโดยสื่อใหม่ ทวิตเตอร์

ภาพที่ 43 ภาพการเคลื่อนขบวนของม็อบรถบรรทุก

ที่มา kwww.twitter.com/khaosodonline/status/

1490912527626084354?s=29&t=ZTVCg8bfD9cLDi1j

---

72 THE STANDARD. (2564, 16 พฤศจิกายน). ม็อบรถบรรทุกบุกกรุง. www.twitter.com/thestandardth/status/1460531716796260359

73 The MATTER. (2565, 8 กุมภาพันธ์). บรรยากาศการชุมนุม Truck Power.
www.twitter.com/thematterco/status/1490915356139220998 และข่าวสด. (2565, 8 กุมภาพันธ์). มาตามนัด!! #ม็อบรถบรรทุก เคลื่อนขบวนถึงหน้ากระทรวงแรงงาน.
www.twitter.com/khaosodonline/status/1490912527626084354?s=29&t=ZTVCg8bfD9cLDi1jXfoNHg

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มชาวนา

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ (Twitter) มีการนำเสนอข่าวในมิติที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมประท้วงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ระยะเริ่มแรกที่มีสาเหตุให้กลุ่มชาวนาต้องรวมตัวกันจากหลากหลายจังหวัดเข้าด้วยกัน เพื่อเดินทางเข้ามาชุมนุมเรียกร้อง ขอความช่วยเหลือจากภาครัฐที่กรุงเทพมหานคร มาถึงการตั้งจุดปักหลักชุมนุมพื้นที่สถานที่สำคัญทางราชการอย่างหน้ากระทรวงการคลัง จนกระทั่งมีการเคลื่อนไหวต่อไปยังทำเนียบรัฐบาลเพื่อแสดงข้อเรียกร้องที่ภาครัฐต้องเข้ามาแก้ปัญหาและเยียวยาความเดือดร้อนของกลุ่มม็อบชาวนาอย่างเร่งด่วน โดยพบว่า ความเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็นม็อบชาวนานี้ ถูกกล่าวถึงและนำเสนอข้อมูลหลากหลายมิติผ่านแฮชแท็ก #ม็อบชาวนา มีบัญชีผู้ใช้งานทวิตเตอร์จำนวนหนึ่ง เป็นผู้นำเสนอและให้ข้อมูลความเคลื่อนไหวของม็อบชาวนาที่เกิดขึ้นเพื่อให้เกิดความรับรู้กันอย่างเป็นวงกว้างในสังคม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบัญชีผู้ใช้งานของสื่อมวลชนออนไลน์ อาทิ The MATTER (@thematterco) นำเสนอข้อมูลในแง่ "ชวนฟังเสียงความทุกข์ของ #ม็อบชาวนา ที่ยิ่งปลูกข้าว ยิ่งยากจน กระดูกสันหลังชาติ แบกปัญหา จนใกล้ล้ม"[74] เป็นการทวิตข้อความเชิญชวนให้ประชาชนในสังคมสนใจรับฟังเสียงความทุกข์ยากของกลุ่มม็อบชาวนา รวมถึงข้อเรียกร้องและเหตุผลที่พวกเขาต้องออกมาชุมนุมให้ภาครัฐช่วยเหลือ โดยมีรูปแบบนำเสนอการเล่าเรื่องราวของกลุ่มม็อบชาวนาผ่านเธรด (Thread) แสดงคำให้สัมภาษณ์ของตัวแทนชาวนาที่เข้าร่วมชุมนุมยื่นข้อเรียกร้องในการเคลื่อนไหวครั้งนี้ ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 44 การให้ข้อมูล #ม็อบชาวนา โดยบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ The MATTER

ที่มา : https://twitter.com/thematterco/status/1490682614122184707

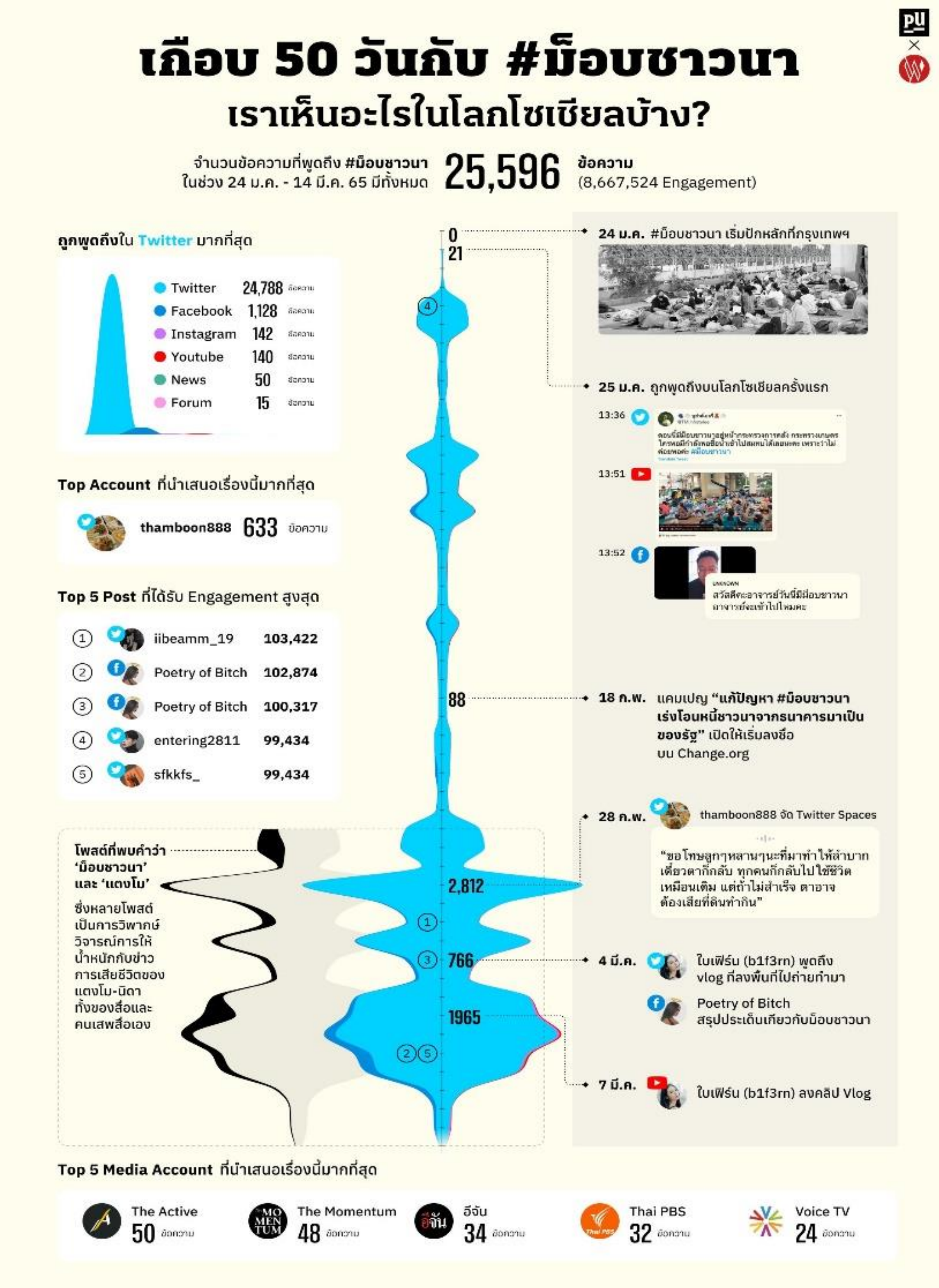
---

[74] The MATTER. (2565, 7 กุมภาพันธ์). ชวนฟังเสียงความทุกข์ของ #ม็อบชาวนา ที่ยิ่งปลูกข้าว ยิ่งยากจน กระดูกสันหลังชาติ แบกปัญหา จนใกล้ล้ม. www.twitter.com/thematterco/status/1490682614122184707

ภาพที่ 45 คำสัมภาษณ์ชาวนา #ม็อบชาวนา นำเสนอในรูปแบบเธรดข้อความ
โดยบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ The MATTER
ที่มา : https://twitter.com/thematterco/status/1490682614122184707

นอกจากนี้ยังพบ การนำเสนอข้อมูลประเด็นกลุ่มม็อบชาวนา จากบัญชีผู้ใช้งานของกลุ่มผู้ทำงานด้านสื่อคือ Punch Up (@punchupworld) นำเสนอข้อมูลการเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบชาวนาในรูปแบบชาร์ตเล่าเรื่องโดยสรุปให้เกิดความเข้าใจง่ายขึ้น ในหัวข้อ “เกือบ 50 วัน กับ #ม็อบชาวนา เราเห็นอะไรในโลกโซเชียลบ้าง ?”[75] นำเสนอข้อมูลไล่เรียงแบบไทม์ไลน์ (Timeline) ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการปักหลักชุมนุมของกลุ่มม็อบชาวนา และกล่าวถึงจุดที่ข่าวม็อบชาวนาเป็นที่กล่าวถึงบนโลกโซเชียลครั้งแรก ไล่เรียงมาจนถึงความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นเป็นระยะ กระทั่งมาจนถึงการเกิดขึ้นของแคมเปญ “แก้ปัญหา #ม็อบชาวนา เร่งโอนหนี้ชาวนาจากธนาคารมาเป็นของรัฐ ที่เปิดให้ประชาชนเริ่มลงชื่อบนเว็บไซต์ Change.org” มีการสรุปภาพรวมของบัญชีผู้ใช้งานที่นำเสนอประเด็นนี้มากที่สุดบนสื่อสังคมออนไลน์ 5 อันดับอีกด้วย ได้แก่ The Active The Momentum อีจัน Thai PBS และ ช่อง Voice TV รวมถึงนำเสนอยอดจำนวนข้อความที่กล่าวถึง #ม็อบชาวนา ในช่วงระหว่างวันที่ 24 มกราคม ถึง 14 มีนาคม พ.ศ. 2565 มีทั้งหมดจำนวน 25,596 ข้อความ และยอด 8,667,524 Engagement ดังรูปภาพที่นำเสนอ

[75] Punch Up. (2565, 16 มีนาคม). เกือบ 50 วัน กับ #ม็อบชาวนา เราเห็นอะไรในโลกโซเชียลบ้าง ?. www.twitter.com/punchupworld/status/1504050655488770049




ภาพที่ 46 การให้ข้อมูล #ม็อบชาวนา ผ่านบัญชีผู้ใช้งานของกลุ่มผู้ผลิตสื่อออนไลน์ Punch Up
ที่มา : https://twitter.com/punchupworld/status/1504050655488770049

อีกทั้งมีบัญชีผู้ใช้งานของนักเคลื่อนไหวกิจกรรมทางสังคมที่เป็นที่รู้จักของผู้คนในสังคม อย่าง บอล ธนวัฒน์ วงศ์ไชย (@tanawatofficial) ทวิตข้อความการเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบชาวนาที่นอนปักหลักในพื้นที่ข้างถนน เพื่อรอคำตอบเรื่องความช่วยเหลือจากภาครัฐ แสดงข้อความในหัวข้อ "รัฐบาลหลอกให้ #ม็อบชาวนา นอนข้างถนนมา 2 เดือนแล้ว ร่วมกดดันรัฐบาลให้ฟังเสียงชาวนา พรุ่งนี้ประชุม ครม. ต้องบรรจุวาระแก้ปัญหาหนี้สินให้ชาวนา !"[76] ดังรูปภาพที่นำเสนอ

[76] บอล ธนวัฒน์ วงศ์ไชย. (2565, 21 มีนาคม). รัฐบาลหลอกให้ #ม็อบชาวนา นอนข้างถนนมา 2 เดือนแล้ว ร่วมกดดันรัฐบาลให้ฟังเสียงชาวนา พรุ่งนี้ประชุม ครม. ต้องบรรจุวาระแก้ปัญหาหนี้สินให้ชาวนา. www.twitter.com/tanawatofficial/status/1505910978227027972

ภาพที่ 47 การให้ข้อมูล #ม็อบชาวนา ผ่านบัญชีผู้ใช้งานของนักกิจกรรมทางสังคม : บอล ธนวัฒน์ วงศ์ไชย
ที่มา : https://twitter.com/tanawatofficial/status/1505910978227027972

และบัญชีผู้ใช้งานของนายแพทย์ ทศพร เสรีรักษ์ (@TSererak) ที่ทวิตข้อความประชาสัมพันธ์ขอสมทบทุนเลี้ยงอาหารกลุ่มม็อบชาวนา ที่ปักหลักอยู่บริเวณหน้ากระทรวงการคลัง ในข้อความหัวข้อ “พรุ่งนี้จะไปเลี้ยงข้าวชาวนาหน้ากระทรวงการคลัง ท่านใดว่างไปเจอกัน 11 โมง ท่านใดอยากสมทบโอนเข้ามา กล่องละ 35 บาทครับ”[77] โดยเป็นการทวิตข้อความแจ้งรายละเอียดการสบทบทุนเลี้ยงอาหารให้แก่กลุ่มชาวนาผู้ชุมนุม การแจ้งช่องทางเลขบัญชีธนาคาร ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 48 การประชาสัมพันธ์ข้อมูล #ม็อบชาวนา ผ่านบัญชีผู้ใช้งานของนักกิจกรรมทางสังคม : นพ.นศพร เสรีรักษ์
ที่มา : https://twitter.com/TSererak/status/1506574478012301317

---

[77] นพ.ทศพร เสรีรักษ์. (2565, 23 มีนาคม). พรุ่งนี้จะไปเลี้ยงข้าวชาวนาหน้ากระทรวงการคลัง ท่านใดว่างไปเจอกัน 11 โมง ท่านใดอยากสมทบโอนเข้ามา กล่องละ 35 บาทครับ. www.twitter.com/TSererak/status/1506574478012301317

ถัดมาทางด้านบัญชีผู้ใช้งานของนักกิจกรรมทางสังคมอีกหนึ่งรายคือ รุ้ง ปนัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล (@PanusayaS) ได้มีการทวิตข้อความเชิญชวนประชาชนทุกคนร่วมเดินทางมาให้กำลังใจกลุ่มม็อบชาวนาที่หน้ากระทรวงการคลัง ในข้อความหัวข้อ “วันอังคารที่ 22 นี้ ขอเชิญทุกคนร่วมเดินทางมาให้กำลังใจคุณตาคุณยายที่ #ม็อบชาวนา หน้ากระทรวงการคลัง เพื่อร่วมกดดันรัฐบาลให้เอาเรื่องของพวกเขาเข้า ครม.”[78] และติดแฮชแท็กทั้ง #ม็อบชาวนา และ #ทวงความยุติธรรมให้ชาวนา เช่นเดียวบัญชีผู้ใช้งานของนักแสดงหญิง คือ อ๋อม สกาวใจ พูนสวัสดิ์ (@sakaojaiOOM) ที่ได้ทวิตข้อความในลักษณะหัวข้อเดียวกัน[79] รวมถึงนำเสนอรูปภาพประกอบข้อความ ทำให้ข่าวสารถูกกระจายออกไปในวงกว้างมากขึ้นตามยอดติดตามบัญชีผู้ใช้ของบุคคลทั้งคู่ ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 49 การเชิญชวนร่วมให้กำลังใจ #ม็อบชาวนา ผ่านบัญชีผู้ใช้งานของนักกิจกรรมทางสังคม: รุ้ง ปนัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล และ นักแสดงหญิง อ๋อม สกาวใจ พูนสวัสดิ์
ที่มา : https://twitter.com/PanusayaS/status/1505409530846650368 และ ที่มา : https://twitter.com/sakaojaiOOM/status/1505518593546797056

ถัดมายังพบว่า นอกจากมีการประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสาร ทั้งข่าวแจ้งช่องทางเลขบัญชีเปิดรับบริจาคค่าเลี้ยงอาหารสนับสนุนม็อบชาวนา และเชิญชวนร่วมเดินทางมาให้กำลังใจกลุ่มม็อบชาวนาแล้ว ยังมีการกระจายข่าวอีกประเด็นหนึ่ง คือ การร่วมลงชื่อในแคมเปญรณรงค์แก้ปัญหาม็อบชาวนาบนเว็บไซต์ Change.org เป็นอีกหนึ่งข้อสำคัญที่น่าสนใจและแสดงให้เห็นความพยายามขับเคลื่อนความเคลื่อนไหวที่ต้องการคลี่คลายประเด็นปัญหาความเดือดร้อนของกลุ่มม็อบชาวนาในครั้งนี้ โดยบัญชีผู้ใช้งานของนักแสดงหญิง หมิว สิริลภัส กองตระการ ทวิตข้อความในหัวข้อ แคมเปญรณรงค์-แก้ปัญหา #ม็อบชาวนา เร่งโอนหนี้ชาวนาจากธนาคารมาเป็นของรัฐ ดังรูปภาพที่นำเสนอ

---

[78] Panusaya.S. (2565, 20 มีนาคม). วันอังคารที่ 22 นี้ ขอเชิญทุกคนร่วมเดินทางมาให้กำลังใจคุณตาคุณยายที่ #ม็อบชาวนา ที่หน้ากระทรวงการคลัง เพื่อร่วมกดดันรัฐบาลให้เอาเรื่องของพวกเขาเข้าครม. www.twitter.com/PanusayaS/status/1505409530846650368

[79] Oom sakaojai. (2565, 20 มีนาคม). วันอังคารที่ 22 นี้ ขอเชิญทุกคนร่วมเดินทางมาให้กำลังใจคุณตาคุณยายที่ #ม็อบชาวนา ที่หน้ากระทรวงการคลัง เพื่อร่วมกดดันรัฐบาลให้เอาเรื่องของพวกเค้าเข้าครม. www.twitter.com/sakaojaiOOM/status/1505518593546797056

ภาพที่ 50 การเชิญชวนร่วมลงชื่อ แคมเปญรณรงค์-แก้ปัญหา #ม็อบชาวนา
ผ่านบัญชีผู้ใช้งานของนักแสดงหญิง หมิว สิริลภัส กองตระการ
ที่มา : www.Change.org. https://twitter.com/mew_sirilapas/status/1499182895801704449

อีกหนึ่งประเด็นการกล่าวถึงข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนาที่น่าสนใจ คือ การนำเสนอเรื่องราวของชาวนาก่อนรวมกลุ่มมาเป็นม็อบชาวนา ตลอดจนการเคลื่อนไหวเพื่อยื่นข้อเรียกร้องไปยังภาครัฐให้ช่วยเหลือเยียวยา ในรูปแบบการถ่ายคลิปวิดีโอที่เรียกว่า Vlog เป็นการบันทึกวิดีโอเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงสิ่งที่ผู้บันทึกวิดีโอไปพบเจอในวิถีชีวิตประจำวัน ก็ถูกประยุกต์มานำเสนอเรื่องราวของม็อบชาวนาได้เช่นเดียวกัน ผ่านบัญชีผู้ใช้งานของนักแสดงหญิง ใบเฟิร์น อัญชสา มงคลสมัย ทวิตข้อความหัวข้อ “Vlog #ม็อบชาวนา #เสียงที่ไม่ได้ยินจากม็อบชาวนา”[80] นำเสนอผ่านคลิปวิดีโอที่อัปโหลดขึ้นบนเว็บไซต์ Youtube เพื่อสะท้อนเรื่องราวความเดือดร้อนของกลุ่มม็อบชาวนา มีกระบวนการนำเสนอข้อมูลและมุมมองจากการพูดคุยกับกลุ่มชาวนาที่มาเข้าร่วมการชุมนุมเพียงด้านเดียว ดังรูปภาพที่นำเสนอ

---

[80] ใบเฟิร์นรักสัตว์. (2565, 7 มีนาคม). Vlog #ม็อบชาวนา #เสียงที่ไม่ได้ยินจากม็อบชาวนา. www.twitter.com/b1f3rn/status/1500806588516691971

[80] LadyMsinglebutbusy. (2565, 3 มีนาคม). แคมเปญรณรงค์ · แก้ปัญหา #ม็อบชาวนา เร่งโอนหนี้ชาวนาจากธนาคารมาเป็นของรัฐ · www.Change.org. www.twitter.com/mew_sirilapas/status/1499182895801704449

ภาพที่ 51 การนำเสนอคลิปวิดีโอ Vlog เรื่องราว #ม็อบชาวนา ผ่านบัญชีผู้ใช้งานของนักแสดงหญิง:
ใบเฟิร์น อัญชสา มงคลสมัย
ที่มา : https://twitter.com/b1f3rn/status/1500806588516691971

ส่วนสุดท้ายที่พบการกล่าวถึงม็อบชาวนาบน Twitter คือ การทวิตข้อความข่าวมติคณะรัฐมนตรีรับข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบชาวนา โดยบัญชีผู้ใช้งานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคก้าวไกล สส.เบญจา แสงจันทร์ มีข้อความว่า “วันนี้คุณตา-คุณยาย #ม็อบชาวนา มีรอยยิ้มขึ้นมาบ้างจากทุกครั้ง แม้ มติ ครม. จะรับข้อเรียกร้องแค่ครึ่งเดียว อีกทั้งส่วนใหญ่ก็รู้ดีว่าเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่ในระยะยาวก็ยังรอวันระเบิดขึ้นมาอีกครั้ง โดย ครม. มีมติลดเงินต้นลง 50% ลดดอกเบี้ยทั้งหมด ส่วนวิธีการชำระหนี้ยังไม่มีความชัดเจน”[81] แสดงถึงการกระจายข่าว บอกเล่าบทสรุปของข้อเรียกร้องที่กลุ่มม็อบชาวนายื่นเสนอต่อภาครัฐให้ทราบทั่วกันในสถานการณ์เบื้องต้น ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 52 การกระจายข่าว มติ คณะรัฐมนตรี ที่มีต่อ #ม็อบชาวนา ผ่านบัญชีผู้ใช้งานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
พรรคก้าวไกล สส.เบญจา แสงจันทร์
ที่มา : https://twitter.com/BenchaMFP/status/1506256424728666114

[81] Bencha Saengchantra. (2565, 22 มีนาคม). วันนี้คุณตา-คุณยาย #ม็อบชาวนา มีรอยยิ้มขึ้นมาบ้างจากทุกครั้ง แม้ มติ ครม.จะรับข้อเรียกร้องแค่ครึ่งเดียว อีกทั้งส่วนใหญ่ก็รู้ดีว่าเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่ในระยะยาวก็ยังรอวันระเบิดขึ้นมาอีกครั้ง โดยครม.มีมติลดเงินต้นลง 50% ลดดอกเบี้ยทั้งหมด ส่วนวิธีการชำระหนี้ยังไม่มีความชัดเจน. www.twitter.com/BenchaMFP/status/1506256424728666114

จากการศึกษาข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคม ในประเด็น #ม็อบชาวนา ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์ม Twitter พบว่า การนำเสนอข่าวมีมิติในแง่ของการติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงเริ่มแรก จนถึงการเกิดความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เป็นระยะตามจริง มีการกระจายข่าว นำเสนอให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความตื่นรู้ให้กับผู้คนต่อประเด็นความเดือดร้อนของกลุ่มม็อบชาวนา จากหลากหลายบัญชีผู้ใช้ไม่ว่าจะทั้งบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ นักกิจกรรมทางสังคม นักแสดง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และประชาชนทั่วไปที่ให้ความคิดเห็นและกดแชร์ทวิตข้อความเพื่อให้ถูกกระจายออกไปในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยกันเอง หรือไปยังการรับรู้ของสื่อกระแสหลักให้นำประเด็นข่าวดังกล่าวหยิบยกขึ้นไปนำเสนอต่อ Twitter จึงเป็นแพลตฟอร์มสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในยุคสมัยใหม่ที่เข้าถึงง่ายและกระจายข่าวสารออกไปได้อย่างรวดเร็ว

2.2.1.3 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์: กลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียม

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ในแพลตฟอร์ม Twitter มีการนำเสนอข่าวในมิติที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมประท้วงที่เกิดขึ้นจากกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ หรือกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมเอง และติดตามสถานการณ์ท่าทีของสภาผู้แทนราษฎรต่อการพิจารณาร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 และพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมดังกล่าว โดยพบการทวิตข้อความประเด็นนี้อย่างมีสาระสำคัญจากบัญชีผู้ใช้ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคก้าวไกล ส.ส.ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ (@kru_tun) หรือ สส.ครูธัญ ผู้ผลักดันยื่นเสนอร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 เพื่อให้ #สมรสเท่าเทียม เกิดขึ้นและเป็นไปได้ในสังคม ทวิตข้อความไว้ว่า “#สมรสเท่าเทียม ประเด็นที่ประเทศไทยต้องตอบชาวโลก ธัญมีโอกาสรายงานสถานการณ์ประเด็น #สมรสเท่าเทียม ที่สมาคมผู้สื่อข่าวต่างประเทศแห่งประเทศไทย #FCCT ซึ่งมีเครือข่ายภาคประชาชนความหลากหลายทางเพศ”[82] ซึ่งกล่าวถึงการรายงานสถานการณ์ประเด็นสมรสเท่าเทียมที่กำลังมีการเคลื่อนไหวทางสังคมอยู่ในขณะนี้ ดังรูปภาพที่นำเสนอ

[82] ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์. (2565, 14 มีนาคม). #สมรสเท่าเทียม ประเด็นที่ประเทศไทยต้องตอบชาวโลก] ธัญมีโอกาสรายงานสถานการณ์ประเด็น #สมรสเท่าเทียม ที่ สมาคมผู้สื่อข่าวต่างประเทศแห่งประเทศไทย #FCCT ซึ่งมีเครือข่ายภาคประชาชนความหลากหลายทางเพศ. www.twitter.com/kru_tun/status/1503306995100962817

ภาพที่ 53 การรายงานสถานการณ์ประเด็น #สมรสเท่าเทียม โดยบัญชีผู้ใช้งานของ
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคก้าวไกล ส.ส.ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์
ที่มา : www.twitter.com/kru_tun/status/1503306995100962817

การรายงานสถานการณ์ประเด็น #สมรสเท่าเทียม ยังเชื่อมโยงไปถึงในส่วนของการเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียม ที่มีการชุมนุม จัดกิจกรรม เพื่อเรียกร้องและแสดงจุดยืนสนับสนุนให้มีกระบวนการแก้ไขร่างกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ในปัจจุบันอีกด้วย โดยพบว่ามีบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ อย่าง The MATTER ทวิตข้อความในหัวข้อ “เวทีปราศรัย #ม็อบสมรสเท่าเทียม มีการร้องเพลง และเดินแฟชั่นในเครื่องแบบต่าง ๆ ที่แสดงออกถึงความหลากหลายทางเพศ และป้ายข้อความเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศด้วย #ม็อบ28พฤศจิกา64”[83] นำเสนอข่าวกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมในลักษณะลงพื้นที่การชุมนุม ติดตามสถานการณ์และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันที่มีการชุมนุมที่บริเวณสี่แยกราชประสงค์ ทั้งยังปรากฏคลิปวิดีโอบรรยากาศภายในการชุมนุมสั้น ๆ เพื่อประกอบการทวิตข้อความรายงานข่าว รวมไปถึงบทสัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นต่อประเด็น #สมรสเท่าเทียม ในแง่ความเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่ทุกคนในสังคมควรได้รับ จากบัญชีผู้ใช้งานของอดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคอนาคตใหม่ อดีต ส.ส. ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ (@TanwarinS_MFP) ที่ได้รับเลือกเป็น ส.ส. ข้ามเพศคนแรกของรัฐสภาไทย มีข้อความว่า “พวกเราท่องเอาไว้ค่ะ เราเป็นคนเท่ากับคนอื่น เราต้องได้สิทธิ์เท่ากับคนอื่น” การสมรสและได้สิทธิต่าง ๆ เป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่ทุกคน ทุกเพศสภาพ ต้องได้รับตามกฎหมายค่ะ #สมรสเท่าเทียม

[83] The MATTER. (2565, 28 พฤศจิกายน). เวทีปราศรัย #ม็อบสมรสเท่าเทียม มีการร้องเพลง และเดินแฟชั่นในเครื่องแบบต่าง ๆ ที่แสดงออกถึงความหลากหลายทางเพศ และป้ายข้อความเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศด้วย #ม็อบ28พฤศจิกา64. www.twitter.com/thematterco/status/1464911001183141895

#PrideMonth #LGBTQINAplus”[84] โดยมีการลงช่องทางลิงก์บทสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ที่สนใจกดเข้าไปยังเว็บไซต์และอ่านบทสัมภาษณ์เพิ่มเติมฉบับเต็มไว้เช่นกัน ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 54 การรายงานสถานการณ์การชุมนุม #ม็อบสมรสเท่าเทียม โดยบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ The MATTER และการให้ความคิดเห็นต่อประเด็น #สมรสเท่าเทียม

ที่มา : https://twitter.com/thematterco/status/1464911001183141895,

https://twitter.com/TanwarinS_MFP/status/1399934832289869824

นอกจากนี้ยังพบ การกระจายข้อมูลและเชิญชวนร่วมลงชื่อสนับสนุน #สมรสเท่าเทียม บนเว็บไซต์ Support1448.org ที่ถูกทวิตข้อความโดยบัญชีผู้ใช้งานกลุ่มทะลุแก๊ซ-Thalugaz (@thalugazzz) ทวิตข้อความว่า “ความรักคือสิ่งที่สวยงาม ดังนั้นอย่าปล่อยให้เงื่อนไข ข้อจำกัดทางสังคม หรือกฎหมายที่ล้าหลังมาทำลายความรักและกำหนดชีวิตคู่ของใคร ร่วมลงชื่อสนับสนุน #สมรสเท่าเทียม www.support1448.org สังคมจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง เมื่อทุกเพศมีสิทธิและเสรีภาพเท่าเทียมกัน”[85] นำเสนอและผลักดันกระบวนการร่วมลงชื่อกันของประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อยื่นสนับสนุนต่อเจตจำนงให้เกิดการแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 เปิดทางให้ข้อเรียกร้อง #สมรสเท่าเทียม เกิดขึ้นกับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศอย่างเป็นจริงขึ้นได้ ดังรูปภาพที่นำเสนอ

---

[84] Tanwarin Sukkhapisit. (2564, 2 มิถุนายน). เราเป็นคนเท่ากับคนอื่น เราต้องได้สิทธิ์เท่ากับคนอื่น" การสมรสและได้สิทธิต่าง ๆ เป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่ทุกคน ทุกเพศสภาพ ต้องได้รับตามกฎหมายค่ะ #สมรสเท่าเทียม #PrideMonth #LGBTQINAplus. www.twitter.com/TanwarinS_MFP/status/1399934832289869824

[85] ทะลุแก๊ซ-Thalugaz. (2565, 14 กุมภาพันธ์). ความรักคือสิ่งที่สวยงาม ดังนั้นอย่าปล่อยให้เงื่อนไข ข้อจำกัดทางสังคม หรือกฎหมายที่ล้าหลังมาทำลายความรักและกำหนดชีวิตคู่ของใคร ร่วมลงชื่อสนับสนุน #สมรสเท่าเทียม www.support1448.orgสังคมจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง เมื่อทุกเพศมีสิทธิและเสรีภาพเท่าเทียมกัน. www.twitter.com/thalugazzz/status/1493099797145743360

ภาพที่ 55 การเชิญชวนร่วมลงชื่อสนับสนุน #สมรสเท่าเทียม โดยบัญชีผู้ใช้งานของกลุ่มทะลุแก๊ซ-Thalugaz
ที่มา : https://twitter.com/thalugazzz/status/1493099797145743360

การเชิญชวนในลักษณะเดียวกันนี้ ยังพบได้ในรูปแบบเชิญชวนทำแบบสอบถามหัวข้อการรับฟังความคิดเห็นต่อร่าง พ.ร.บ. ตามมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญ บนเว็บไซต์ parliament.go.th จากบัญชีผู้ใช้งานของบุคคลทั่วไป ชื่อบัญชี ปิยะรักษ์ (@piyarak_s) ทวิตข้อความว่า “แก้ไขกฎหมาย same-sex marriage: ขอเวลาทำแบบสอบถามกันสักคนละ 5-10 นาทีเองค่ะ เพราะเรื่องนี้มีความสำคัญ ตอนนี้ยังมีคนไปแสดงความคิดเห็นแค่ 2000 กว่าคนอยู่เลย เราเชื่อว่ามีคนอยากช่วย ถ้าไม่รู้ว่าจะให้เหตุผลอะไร บอกว่าเพราะ "เป็นสิทธิมนุษยชน" หรือ "เพื่อให้เกิดความเท่าเทียม" กันก็ได้”[86] และจากบัญชีผู้ใช้งานของบุคคลทั่วไป ชื่อบัญชี truffle soup (@Blekkblek) ทวิตข้อความว่า “ขอเชิญชวนให้ทุกคนร่วมแสดงความคิดเห็นเรื่อง #สมรสเท่าเทียม เพื่อแก้ไข #พรบคู่ชีวิต เดิมที่ไม่ได้ให้สิทธิทางกฎหมายแก่ LGBTQA+ ให้เปลี่ยนไปในทางที่เท่าเทียมขึ้นกันค่ะ มาทำให้ LGBTQ Community บ้านเราดีขึ้นกันนะ!#MarriageEquality”[87] ทวิตข้อความของทั้งสองบัญชีผู้ใช้แสดงให้เห็นถึงความพยายามนำเสนอการกระจายข่าวสารที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อข้อเรียกร้อง #สมรสเท่าเทียม ด้วยวิธีการเข้าร่วมทำแบบสอบถามบนเว็บไซต์ดังกล่าว ดังรูปภาพที่นำเสนอ

---

[86] ปิยะรักษ์. (2563, 5 กรกฎาคม). แก้ไขกฎหมาย same-sex marriage: ขอเวลาทำแบบสอบถามกันสักคนละ 5-10 นาทีเองค่ะ เพราะเรื่องนี้มีความสำคัญ ตอนนี้ยังมีคนไปแสดงความคิดเห็นแค่ 2000 กว่าคนอยู่เลย เราเชื่อว่ามีคนอยากช่วย ถ้าไม่รู้ว่าจะให้เหตุผลอะไร บอกว่า เพราะ "เป็นสิทธิมนุษยชน" หรือ "เพื่อให้เกิดความเท่าเทียม" กันก็ได้. www.twitter.com/piyarak_s/status/1279709348348882945

[87] Truffle soup. (2563, 7 กรกฎาคม). ขอเชิญชวนให้ทุกคนร่วมแสดงความคิดเห็นเรื่อง #สมรสเท่าเทียม เพื่อแก้ไข #พรบคู่ชีวิต เดิมที่ไม่ได้ให้สิทธิทางกฎหมายแก่ lgbtqa+ ให้เปลี่ยนไปในทางที่เท่าเทียมขึ้นกันค่ะ มาทำให้ lgbtq community บ้านเราดีขึ้นกันนะ! #MarriageEquality. www.twitter.com/Blekkblek/status/1280349386355032064

ภาพที่ 56 การเชิญชวนร่วมทำแบบสอบถามต่อประเด็น #สมรสเท่าเทียม โดยบัญชีผู้ใช้งานของบุคคลทั่วไป
ที่มา : https://twitter.com/piyarak_s/status/1279709348348882945 และ
https://twitter.com/Blekkblek/status/1280349386355032064

สุดท้ายนี้พบว่า มีการจัดกิจกรรมงานเสวนาที่เกี่ยวข้องกับประเด็น #สมรสเท่าเทียม ทั้งในรูปแบบพื้นที่งานเสวนาและถ่ายทอดสดผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีการทวิตข้อความเชิญชวนผู้คนให้เข้าร่วมงานเสวนาครั้งนี้ จากบัญชีผู้ใช้งานกลุ่มเฟมินิสต์ปลดแอก (เฟมทวิต) (@femliberateth) ในข้อความหัวข้อ “ไม่มาไม่ได้แล้วกับการเสวนามุมมองศาสนากับ พ.ร.บ. #สมรสเท่าเทียม”[88] และจากบัญชีผู้ใช้งานดังกล่าวยังทวิตข้อความนำเสนออีกหนึ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกัน คือ งานเสวนากลุ่มที่มีบทบาทขับเคลื่อนประเด็น #สมรสเท่าเทียม ได้แก่ สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทยร่วมกับภาคีสีรุ้งเพื่อสมรสเท่าเทียม สกลสีรุ้ง เฟมินิสต์ปลดแอก นักเรียนเลว Queer riot และ Nonbinary Thailand เพื่อหาทางออกร่วมกันในประเด็นการผลิตสื่ออย่างไร ไม่ให้เกิดการอคติทางเพศและสร้าง NOMs equality[89] มีรายละเอียดกิจกรรมที่เชิญชวนเข้าร่วม ดังรูปภาพที่นำเสนอ

---

[88] เฟมินิสต์ปลดแอก (เฟมทวิต). (2565, 23 มีนาคม). ไม่มาไม่ได้แล้วกับการเสวนามุมมองศาสนากับ พ.ร.บ. #สมรสเท่าเทียม. www.twitter.com/femliberateth/status/1503691907456651266

[89] เฟมินิสต์ปลดแอก (เฟมทวิต). (2565, 22 มีนาคม). สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทยร่วมกับ ภาคีสีรุ้งเพื่อสมรสเท่าเทียม, สกลสีรุ้ง, เฟมินิสต์ปลดแอก, นักเรียนเลว, Queer riot และ Nonbinary Thailand เพื่อหาทางออกร่วมกันในประเด็นการของผลิตสื่ออย่างไร ให้ไม่เกิดการอคติทางเพศและ สร้าง NOMs equality. www.twitter.com/femliberateth/status/1506221187541528576

ภาพที่ 57 การเชิญชวนเข้าร่วมงานเสวนามุมมองศาสนากับพ.ร.บ.สมรสเท่าเทียม และตัวอย่างกิจกรรม โดยบัญชีผู้ใช้งานของกลุ่มเฟมินิสต์ปลดแอก (เฟมทวิต)

ที่มา : https://twitter.com/femliberateth/status/1503691907456651266 และ https://twitter.com/femliberateth/status/1506221187541528576

จากการศึกษาข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคม ในประเด็น #สมรสเท่าเทียม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์ม Twitter พบว่า การนำเสนอข่าวมีมิติในแง่ของการติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงเริ่มแรก จนถึงการเกิดความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เป็นระยะตามจริง คอยนำเสนอความคืบหน้าของความพยายามผลักดันร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ว่ากำลังดำเนินการอยู่ที่ขั้นตอนใด รวมถึงนำเชิญชวนเข้าร่วมเข้ากระบวนการที่จะเป็นผลต่อการเร่งผลักดันประเด็น #สมรสเท่าเทียม ให้เกิดขึ้นได้ มีการกระจายข่าว นำเสนอให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความตื่นรู้และความสนใจให้กับผู้คนต่อประเด็นการเรียกร้อง #สมรสเท่าเทียม จากหลากหลายบัญชีผู้ใช้ ไม่ว่าจะทั้งบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ นักกิจกรรมทางสังคม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และประชาชนทั่วไปที่ให้ความคิดเห็นและกดแชร์ทวิตข้อความเพื่อให้ถูกกระจายออกไปในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยกันเอง หรือไปยังการรับรู้ของสื่อกระแสหลักให้นำประเด็นข่าวดังกล่าวหยิบยกขึ้นไปนำเสนอต่อ Twitter จึงเป็นแพลตฟอร์มสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในยุคสมัยใหม่ที่เข้าถึงง่ายและกระจายข่าวสารออกไปได้อย่างรวดเร็ว

**2.2.2 เฟซบุ๊ก (Facebook)**

2.2.2.1 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษา

เริ่มแรกการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มนักศึกษาจะอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ แต่จุดเริ่มต้นที่ทำให้กลุ่มนักศึกษาได้ออกมาเคลื่อนไหวทางกายภาพบนพื้นที่สาธารณะเกิดจากเพจใน Facebook ที่มีชื่อว่า เยาวชนปลดแอก ซึ่งเพจนี้ได้ออกมาเชิญชวนกลุ่มคนที่มีแนวคิดร่วมกันในเรื่องของปัญหาการบริหารประเทศของรัฐบาลที่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่ได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้น รวมทั้งความต้องการเรียกร้องประชาธิปไตยในแง่มุมที่เน้นการรักษาสิทธิ์ขั้นพื้นฐานที่ควรจะได้รับจากหน่วยงานรัฐ อาทิ สวัสดิการ คุณภาพชีวิต เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นที่ไม่ถูกคุกคามทั้งทางกายภาพและทางจิตวิทยา ดังนั้นเพจ Facebook ที่มีชื่อว่าเยาวชนปลดแอกได้มีการโพสต์ข้อความเชิญชวนให้กลุ่มคนที่มีแนวคิดด้วยกันออกมาชุมนุมในวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ที่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ซึ่งการจัดการชุมนุมในครั้งนี้สื่อใหม่ที่นำเสนอข่าวมีทั้งที่เป็นสื่อใหม่โดยเฉพาะ และสื่อดั้งเดิมประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ได้ขยายช่องทางการนำเสนอมาสู่แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่นิยมอ่านข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สื่อใหม่ที่ได้มีการนำเสนอข่าวผ่านแพลตฟอร์ม Facebook โดยติดแฮชแท็ก #เยาวชนปลดแอก ได้แก่ Sanook News The MATTER ช่อง Voice TV BCC News และ THE STANDARD โดยสื่อใหม่เหล่านี้ได้นำเสนอข่าวโดยการสรุปภาพรวมของการชุมนุมที่กลุ่มนักศึกษาภายใต้เพจเยาวชนปลดแอก ได้เน้นย้ำถึงข้อเรียกร้อง 3 ข้อต่อรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้แก่ 1) ให้รัฐบาลประกาศยุบสภา 2) หยุดคุกคามประชาชน และ 3) ร่างรัฐธรรมนูญใหม่ ต่อมาภายในระยะเวลาไล่เลี่ยกัน ในวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เกิดแฮชแท็กกิจกรรม #วิ่งกันนะแฮมทาโร่ จากแพลตฟอร์ม Twitter เพื่อเชิญชวนให้มวลชนออกมาวิ่งวนรอบเขตพื้นที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พร้อมกับร้องเพลงแฮมทาโร่ จุดประสงค์เพื่อล้อเลียนรัฐบาล ซึ่งมวลชนที่เข้าร่วมส่วนใหญ่ มาจากการติดตามบน Twitter แต่อย่างไรก็ดี ในส่วนแพลตฟอร์ม Facebook สื่อใหม่ได้มีการนำแฮชแท็ก #วิ่งกันนะแฮมทาโร่ จากแพลตฟอร์ม Twitter มานำเสนอข่าวผ่านทาง Facebook โดยสื่อใหม่ที่นำเสนอข่าว ได้แก่ ประชาไท BCC News PostToday ช่อง Voice TV The MATTER และ THE STANDARD ซึ่งสื่อใหม่ได้มีการนำเสนอภาพรวมของบรรยากาศของการจัดกิจกรรมวิ่งกันนะแฮมทาโร่ รวมทั้งเน้นย้ำเพลงที่กลุ่มผู้ชุมนุมขับร้องเพื่อล้อเลียนรัฐบาล คือ ออกมาวิ่ง วิ่งนะวิ่งนะแฮมทาโร่ตื่นออกจากรัง วิ่งนะวิ่งนะแฮมทาโร่ ของอร่อยที่สุดก็คือภาษีประชาชน (ยุบสภา) นอกจากนี้เพจ echo ซึ่งเป็นเพจ influencer ที่มีประชาชนติดตามถึง 1 ล้านคนได้นำเสนอข่าวนี้ด้วยเช่นกัน แต่เพจ echo จะนำเสนอแตกต่างจากสำนักข่าวคือมีการนำเสนอผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชุมนุมที่ออกมาทำกิจกรรมที่มองว่าเป็นการชุมนุมที่สร้างสรรค์ในการขับไล่รัฐบาล รวมทั้งมองว่ากิจกรรมนี้อาจจะได้รับความสนใจจากสื่อต่างชาติ เพราะมองว่าสื่อไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับข้อเรียกร้องเท่าที่ควร[90] ในระยะเวลาต่อมา เพจ Facebook กลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมได้มีการนัดหมายการชุมนุมอีกครั้งในวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2563 ผ่านแฮชแท็ก #ธรรมศาสตร์

---

[90] เพจ echo. (2563, 30 กรกฎาคม). #วิ่งกันนะแฮมทาโร่www.facebook.com/fookingecho/videos/3436029933096836

จะไม่ทน ซึ่งการจัดกิจกรรมในครั้งนี้มีสื่อใหม่ได้มีนำเสนอข่าวการชุมนุมผ่านการถ่ายทอดสดสถานการณ์การชุมนุมผ่าน Facebook ของสำนักข่าว ได้แก่ ยูดีดีนิวส์ ประชาไท ข่าวสด นอกจากนี้สื่อใหม่อย่างประชาไท ช่อง Voice TV และ THE STANDARD ได้มีการนำเสนอข่าวในแง่มุมสรุปข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุมคือ ยุบสภา หยุดคุกคามประชาชน แก้ไขรัฐธรรมนูญ และ10 ข้อเรียกร้องให้มีการปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์

ภาพที่ 58 ภาพข่าวของสำนักข่าวประชาไทที่ลงข่าวการเสนอการปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ 10 ข้อ
ที่มา : www.facebook.com/108882546698/posts/10157676041826699/?

เพจ Facebook กลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมได้โพสต์บน Facebook เชิญชวนให้มวลชนเข้าร่วมกิจกรรมที่ท้องสนามหลวงภายใต้แฮชแท็กชื่อ #19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงวันที่ 19-20 กันยายน พ.ศ. 2563 โดยในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 สื่อใหม่มีการถ่ายทอดสดสถานการณ์การชุมนุมตั้งแต่ช่วงเช้าจนถึงช่วงเย็น ซึ่งมีทั้งช่วงของการปราศรัยและกิจกรรมของกลุ่มเยาวชนที่จัดขึ้น โดยสื่อใหม่ที่มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมผ่านทาง Facebook ของสำนักข่าว ได้แก่ ช่อง Voice TV The Repoters และประชาไท นอกจากนี้ THE STANDARD ได้มีการนำเสนอข่าวในแง่มุมภาพบรรยากาศของการชุมนุม ส่วนประชาไทนอกจากการถ่ายทอดสดแล้วยังมีการนำเสนอข่าวที่เน้นย้ำถึงกิจกรรมในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2563 ที่คุณอานนท์ นำภา ได้กล่าวว่าจะมีพิธีที่สำคัญอย่างยิ่งคือ การปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่สอง ซึ่งถูกหล่อมาด้วยทองเหลืองขนาด 11 นิ้ว จะปักลงบนแผ่นดินนี้ด้วยข้อความว่า ย่ำรุ่งของวันที่ 20 เราจะประกาศร่วมกันว่า ประเทศนี้เป็นของราษฎรทั้งผอง

ไม่ใช่ของสถาบันกษัตริย์อย่างที่เขาหลอกลวง[91] ในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2563 ที่มีการจัดกิจกรรมภายใต้แฮชแท็กชื่อเดียวกันคือ #19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ซึ่งเป็นกิจกรรมการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ของกลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมบริเวณท้องสนามหลวง โดยสื่อใหม่ที่ได้มีการนำเสนอข่าว ได้แก่ THE STANDARD นำเสนอบรรยากาศการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ของกลุ่มผู้ชุมนุมผ่านการโพสต์บน Facebook

ด้านเพจของ The Repoters จะนำเสนอข่าวผ่านการถ่ายทอดสดบนแพลตฟอร์มบน Facebook ภายใต้แฮชแท็ก #ม็อบ 14ตุลา เป็นการชุมนุมในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถือเป็นวันสำคัญทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นวันครบรอบเหตุการณ์การปราบผู้ชุมนุมในช่วงรัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจร ส่งผลให้ถือได้ว่าวันนี้เป็นการชุมนุมใหญ่ ซึ่งการชุมนุมได้จัดขึ้นบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย และจะทำการเคลื่อนไปยังทำเนียบรัฐบาล ซึ่งสื่อใหม่ที่มาการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ The Repoters ช่อง Voice TV และเพจอีจัน ได้นำเสนอข่าวในมุมของนายอานนท์ นำภา แกนนำการปราศรัยถึงเชิญชวนให้มวลชนพร้อมเคลื่อนขบวนไปยังเนียบรัฐบาล เรียกร้องไม่ให้ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม บริหารราชการแผ่นดินอีกต่อไป โดยใช้เหตุผลเนื่องด้วยการบริหารเศรษฐกิจประเทศที่ล้มเหลว[92] นอกจากนี้ THE STANDARD ได้มีการนำเสนอภาพบรรยากาศของกลุ่มผู้ชุมนุมที่เคลื่อนขบวนเดินทางไปยังทำเนียบรัฐบาล พร้อมทั้งนำเสนอข่าวย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุมคือ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ต้องลาออกจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรี เปิดประชุมวิสามัญทันทีเพื่อรับร่างแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญจากประชาชน และปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ให้อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญอย่างแท้จริง[93] ในวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2563 มีการจัดกิจกรรมภายใต้แฮชแท็ก #ม็อบ21ตุลา ผ่าน Twitter โดยกลุ่มคณะราษฎรนัดชุมนุมที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ก่อนเคลื่อนไปยังทำเนียบรัฐบาลเพื่อยื่นข้อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง สื่อใหม่มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ได้แก่ ช่อง Voice TV ประชาไท และเพจอีจัน นอกจากนี้ยังมีเพจ Poetry of Bitch ซึ่งเป็นเพจ influencer ที่มีประชาชนติดตามถึง 1 ล้านคนนำเสนอข่าวนี้ด้วยเช่นกัน ในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ภายใต้แฮชแท็ก #ม็อบ26ตุลา กลุ่มผู้ชุมนุมเดินขบวนจากแยกสามย่านไปยังสถานเอกอัครราชทูตเยอรมนี เพื่อยื่นหนังสือสอบถามเกี่ยวกับการใช้พระราชอำนาจและการประทับในรัฐบาวาเรีย ประเทศเยอรมนีของรัชกาลที่ 10 สื่อใหม่มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมผ่านแพลตฟอร์มทาง Facebook ได้แก่ ช่อง Voice TV และข่าวสด ด้าน THE STANDARD และประชาไท นำเสนอภาพบรรยากาศของ

---

[91] ประชาไท. (2563, 19 กันยายน). พรุ่งนี้จะมีพิธีที่สำคัญอย่างยิ่ง คือการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่สอง. www.facebook.com/100079715259196/posts/129142606419581/

[92] Voice TV. (2563, 14 ตุลาคม). การชุมนุมของกลุ่ม ‘คณะราษฎร’ ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย. www.facebook.com/131732549847/posts/10161012638119848/ และอีจัน. (2563, 14 ตุลาคม). บรรยากาศบริเวณ #อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย. www.facebook.com/634784363349240/posts/2535826223245035/

[93] THE STANDARD. (2563, 14 ตุลาคม). มวลชนคณะราษฎรคลาคล่ำเต็มท้องถนน ปักหลักทำเนียบรัฐบาลยืนยันข้อเรียกร้อง 3 ข้อ. www.facebook.com/1683658098593742/posts/2571888876437322/

กลุ่มผู้ชุมนุม พร้อมทั้งนำเสนอข่าวข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุม คือ ต้องการให้ทางเยอรมันตรวจสอบการใช้พระราชอำนาจในฐานะพระประมุขแห่งรัฐของไทยบนดินแดนประเทศเยอรมนี[94]

ภาพที่ 59 ภาพการนำเสนอข่าวของ THE STANDARD ในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563

ที่มา : www.facebook.com/1683658098593742/posts/2585542748405268/

วันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ติดเทรนด์แฮชแท็ก #ม็อบ18พฤศจิกา เกิดขึ้นจากรัฐสภาลงมติห้ามแก้ไขรัฐธรรมนูญหมวด 1 และหมวด 2 รวมทั้งปฏิเสธร่างรัฐธรรมนูญฉบับที่ iLaw ยกร่าง ส่งผลให้ผู้ชุมนุมไม่พอใจประเด็นร่างรัฐธรรมนูญ จึงจัดชุมนุมที่แยกราชประสงค์ขึ้น ซึ่งสื่อใหม่ที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ช่อง Voice TV ส่วน THE STANDARD นำเสนอภาพบรรยากาศของกลุ่มผู้ชุมนุมบริเวณแยกราชประสงค์ พร้อมทั้งนำเสนอกิจกรรมของผู้ชุมนุมที่จัดขึ้นที่มีการเชิญชวนมวลชนให้ร่วมกันชูสามนิ้วและตะโกนพร้อมกันว่า “ศักดินาจงพินาศ ประชาราษฎร์จงเจริญ”[95] นอกจากนี้ THE STANDARD เพจอีจัน The MATTER และ SpringNews ได้มีการนำเสนอข่าวกลุ่มผู้ชุมนุมเคลื่อนขบวนจากแยกราชประสงค์เดินทางไปยังหน้าสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อทำการสาดสีใส่ป้ายสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

---

[94] THE STANDARD. (2563, 26 ตุลาคม). กลุ่มราษฎรเคลื่อนขบวนไปสถานทูตเยอรมนี ยื่นหนังสือให้ตรวจสอบการใช้พระราชอำนาจ. www.facebook.com/1683658098593742/posts/2585542748405268/ และประชาไท. (2563, 26 ตุลาคม). #ม็อบ26ตุลา. www.facebook.com/108882546698/posts/10157864819291699/

[95] THE STANDARD. (2563, 18 พฤศจิกายน). กลุ่มราษฎรแน่นแยกราชประสงค์ ชูสามนิ้วแสดงพลังมวลชน. www.facebook.com/1683658098593742/posts/2609642319328644/

เพื่อแสดงความไม่พอใจต่อการเลือกปฏิบัติของตำรวจต่อผู้ชุมนุม อย่างไรก็ดี ในวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มนักศึกษาได้จัดกิจกรรมยกเลิก 112 สิ แล้วเราจะเล่าให้ฟังขึ้น ในสื่อสังคมออนไลน์ภายใต้ชื่อแฮชแท็ก #ม็อบ10ธันวา โดยสื่อใหม่ที่เสนอข่าว ได้แก่ THE STANDARD และ ช่อง Voice TV โดยนำเสนอภาพบรรยากาศของการชุมนุมและกิจกรรมที่จัดขึ้นของกลุ่มผู้ชุมนุมที่บริเวณอนุสรณ์สถาน 14 ตุลา ทั้งนี้รูปแบบการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่ในเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษา เป็นการนำเสนอข่าวที่หวือหวาและสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้มากกว่าสื่อกระแสหลัก เพราะสื่อใหม่ไม่มีกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เหมือนกับสื่อกระแสหลักที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้

ภาพที่ 60 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาโดยสื่อใหม่ เฟซบุ๊ก

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดปรากฏการณ์นักเรียนมัธยมชูสามนิ้วและติดโบขาวต้านเผด็จการ มีจุดประสงค์เพื่อเรียกร้องให้นายณัฏฐพล ทีปสุวรรณ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ลาออกจากตำแหน่ง โดยเพจ Facebook นักเรียนเลวได้เชิญชวนมวลชนออกมาชุมนุมในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2563 พร้อมทั้งติดแฮชแท็กว่า #เลิกเรียนไปกระทรวง และเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องคือ การเหลื่อมล้ำของการศึกษา และการละเมิดสิทธิในร่างกาย อย่างไรก็ดี สื่อใหม่ที่มีการนำเสนอข่าวการชุมนุมของม็อบนักเรียนเลวผ่านแพลตฟอร์ม Facebook มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ข่าวสด The Reporters และ ช่อง Voice TV ส่วน The MATTER เพจอีจัน และประชาไท ได้มีการนำเสนอข่าวโดยการบรรยายกิจกรรมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น ซึ่งสื่อ The MATTER ได้มีการนำเสนอข่าวที่แตกต่างจากสื่ออื่น คือ นำประเด็นที่แกนนำของกลุ่มนักเรียนเลวปราศรัยมานำเสนอในเชิงคบคิด โดยนำเสนอคำปราศรัยว่า “ทำไมเด็กถึงยุ่งเรื่องการเมือง

ไม่ได้ ทำไมเด็กถึงออกมาแสดงออกทางการเมืองไม่ได้ ในเมื่อเด็กก็เป็นคนคนนึงของรัฐ เป็นคนคนนึงของประเทศเหมือนกัน”[96] ซึ่งการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่นี้เป็นการนำเสนอข่าวที่อิสระ และสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้มากกว่าสื่อกระแสหลัก เพราะสื่อใหม่ไม่มีกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เหมือนกับสื่อกระแสหลักที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกสทช. ทั้งนี้ กลุ่มนักเรียนเลวมีการยกระดับการชุมนุมโดยมีการจัดการชุมนุมครั้งใหญ่ภายใต้ชื่อบ๊ายบายไดโนเสาร์ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ที่บริเวณใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ผ่านแฮชแท็ก #บ๊ายบายไดโนเสาร์ สื่อใหม่ได้มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุม ได้แก่ ข่าวสด ช่อง Voice TV และ THE STANDARD ส่วน The Reporters และเพจอีจันได้มีการนำเสนอข่าวโดยการบรรยายกิจกรรมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น นอกจากนี้สำนักข่าวประชาไทได้มีการสรุปการขึ้นเวทีปราศรัยของกลุ่มนักเรียนเลวคือ ปัญหาระบบการศึกษา และวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาล[97]

ภาพที่ 61 ภาพกิจกรรมบ๊ายบายไดโนเสาร์ที่สำนักข่าว THE STANDARD นำเสนอ
ที่มา : www.facebook.com/1683658098593742/posts/2612217759071100/

ในช่วงของปลายปี พ.ศ. 2563 กลุ่มนักเรียนเลวได้มีการจัดกิจกรรมนัดแต่งชุดไปรเวทไปโรงเรียนในวันเปิดภาคเรียน พร้อมทั้งมีการนัดชุมนุมที่หน้ากระทรวงศึกษาธิการ เพื่อเสนอให้กระทรวงยกเลิกระเบียบบังคับใส่ชุดนักเรียน โดยจัดกิจกรรมขึ้นในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ภายใต้ชื่อแฮชแท็ก #1ธันวาบอกลาเครื่องแบบ ซึ่งเป็นกิจกรรมส่งท้ายปีกิจกรรมสุดท้ายของกลุ่มนักเรียนเลว สื่อใหม่มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลว ได้แก่ ประชาไท THE STANDARD

[96] The MATTER. (2563, 19 สิงหาคม). วันนี้กลุ่มนักเรียนเลวจัดกิจกรรม ‘เลิกเรียนไปกระทรวง’ ที่หน้ากระทรวงศึกษาธิการ. www.facebook.com/100079715259196/posts/129189163081592/

[97] ประชาไท. (2563, 21 พฤศจิกายน). กลุ่มนักเรียนเลว จัดกิจกรรม #บ๊ายบายไดโนเสาร์ ใต้ BTS สถานีสยาม. www.facebook.com/108882546698/posts/10157930997501699/

The Reporters และ ช่อง Voice TV ส่วน The MATTER ได้มีการนำเสนอข่าวที่แตกต่างจากสื่ออื่นคือการสัมภาษณ์แกนนำของกลุ่มนักเรียน โดยแกนนำได้ให้สัมภาษณ์ถึงจุดยืนของการชุมนุมในครั้งนี้ว่าไม่ได้มีจุดประสงค์ให้ยกเลิกการแต่งชุดนักเรียน แต่ต้องการให้เปิดเสรีเครื่องแบบ เพื่อให้นักเรียนสามารถแต่งกายตามที่ต้องกรและตามเพศวิถีของตัวเอง[98] จากการนำเสนอของสื่อใหม่ จะเห็นได้ว่าสื่อใหม่นำเสนอโดยการเปิดพื้นที่ให้แกนนำได้ใช้พื้นที่สื่อในการเน้นย้ำข้อเรียกร้องมากกว่าสื่อกระแสหลัก เนื่องจากสื่อใหม่ไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลเหมือนกับสื่อกระแสหลักจึงนำเสนอข่าวอย่างอิสระ สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้

ภาพที่ 62 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียนโดยสื่อใหม่ เฟซบุ๊ก

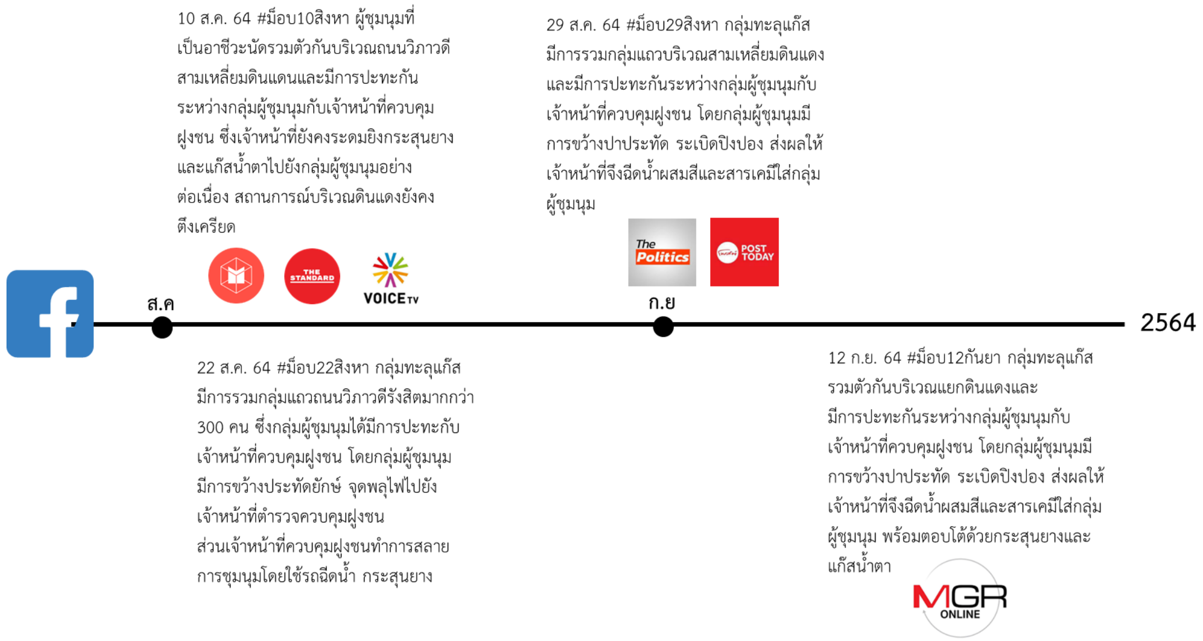
3) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะ

เหตุการณ์การชุมนุมในช่วงปี พ.ศ. 2564 จะแตกต่างจากการชุมนุมในช่วงปี พ.ศ. 2563 ที่การชุมนุมมีการยกระดับไปสู่ความรุนแรง โดยกลุ่มการเคลื่อนไหวชื่อกลุ่มทะลุแก๊ส สืบเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจจากผลกระทบโควิด-19 การไม่สามารถเข้าถึงสวัสดิการขั้นพื้นฐานของรัฐ ด้วยสาเหตุเหล่านี้ส่งผลให้กลุ่มทะลุแก๊สขาดการเชื่อมั่นในการบริหารงานของนายกรัฐมนตรี จึงออกมาชุมนุมเพื่อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง ซึ่งการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่จะนำเสนอโดยการบรรยายภาพข่าวรุนแรงที่เกิดขึ้นของกลุ่มผู้ชุมนุมที่มีการปะทะกับเจ้าหน้าที่ด้วยอาวุธต่าง ๆ อาทิ ประทัดยักษ์ ระเบิดปิงปอง ส่วนเจ้าหน้าที่ควบคุมฝูงชนจะทำการตอบโต้กลุ่มผู้ชุมนุมด้วยรถฉีดน้ำ หรือกระสุนยางและแก๊สน้ำตา ภาพความรุนแรงที่เกิดขึ้นสื่อใหม่ได้มีการนำเสนอข่าวผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ได้แก่ ช่อง Voice TV The MATTER The Reporters PostToday และ MGROnline นอกจากนี้ THE STANDARD และ The Politics ข่าวบ้านข่าวเมือง มีการนำเสนอที่แตกต่างจากสื่ออื่นที่เป็นการบรรยายสถานการณ์เป็นการถ่ายทอดสด

---

[98] The MATTER. (2563, 1 ธันวาคม). กลุ่มนักเรียนจัดชุมนุม คืนเครื่องแบบให้กระทรวง. www.facebook.com/100079715259196/posts/129188959748279/

ติดตามสถานการณ์การชุมนุมที่แยกดินแดง ทั้งนี้การนำเสนอของสื่อใหม่จะคล้ายคลึงกับสื่อกระแสหลักที่นำเสนอภาพการปะทะของกลุ่มผู้ชุมนุมกับเจ้าหน้าที่ควบคุมฝูงชนที่เน้นการแสดงออกผ่านความรุนแรง ซึ่งจะแตกต่างจากกลุ่มนักศึกษาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้




ภาพที่ 63 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะโดยสื่อใหม่ เฟซบุ๊ก

ภาพที่ 64 ภาพการปะทะระหว่างกลุ่มผู้ชุมนุมและเจ้าหน้าที่ของสำนักข่าว PostToday

ที่มา : www.facebook.com/119948869834/posts/10159606105804835/

4) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาลและกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดกลุ่มผู้ชุมนุมที่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการเรียกร้องของกลุ่มนักศึกษา ได้แก่ ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลและฝ่ายที่ออกมาปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ อย่างไรก็ดี ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลมีการจัดกิจกรรมเดินเชียร์ลุงขึ้น ในแพลตฟอร์ม Facebook นำเสนอข่าวภายใต้แฮชแท็ก #เดินเชียร์ลุง พร้อมทั้งมีการนำเสนอข่าวในแง่มุมของการเน้นจุดยืนของกลุ่มผู้ชุมนุมที่ต้องการให้กำลังใจรัฐบาลและพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทั้งนี้ สื่อใหม่ที่มีการนำเสนอข่าว ได้แก่ The MATTER THE STANDARD The Reporters ช่อง Voice TV และข่าวสด ส่วนกลุ่มผู้ชุมนุมอีกกลุ่มเป็นกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ ได้แก่ กลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันที่ออกมาเคลื่อนไหวการชุมนุมในเชิงกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะ โดยนัดรวมตัวที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยเพื่อแสดงออกในเชิงไม่เห็นด้วยกับกลุ่มนักศึกษาและต้องการให้หยุดจาบจ้วงและดูหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งการนำเสนอข่าวในช่องทางแพลตฟอร์ม Facebook จะเป็นการสรุปข่าว ได้แก่ THE STANDARD นำเสนอข่าวกิจกรรมของกลุ่มผู้ชุมนุมในช่วงเวลา 13.23 น. ซึ่งมีการชุมนุมบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตยพร้อมชูพระบรมฉายาลักษณ์และธงชาติ[99] ด้านเพจอีจันนำเสนอข่าวกิจกรรมของกลุ่มผู้ชุมนุมช่วงเวลา 16.00 น. โดยแกนนำของกลุ่มมวลชนเสื้อสีเหลืองประกาศให้ผู้ร่วมชุมนุม ร้องเพลงสรรเสริญพระบารมี รอบสุดท้ายก่อนจะยุติการชุมนุม[100] ส่วนกลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบันได้มีการจัดการชุมนุมต้องการให้กลุ่มนักศึกษาหยุดจาบจ้วงและดูหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ในเชิงกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะแยกราชประสงค์ โดยเพจ Voice TV นำเสนอข่าวผ่านการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมตลอดช่วงของการจัดกิจกรรม พร้อมทั้งพาดหัวข่าวถึงวันเวลาและสถานที่ที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น[101] ซึ่งการนำเสนอข่าวของสื่อใหม่จะแตกต่างจากสื่อกระแสหลักตรงที่สื่อกระแสหลักจะนำเสนอข่าวบางช่วงของการชุมนุมแต่สื่อใหม่จะถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์ สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้

---

[99] THE STANDARD. (2563, 8 พฤศจิกายน). กลุ่มเสื้อเหลืองข้ามฟากมาเกาะกลางระหว่างพื้นที่ชุมนุมกลุ่มราษฎร-ศปปส. www.facebook.com/1683658098593742/posts/2598633923762817/

[100] อีจัน. (2563, 8 พฤศจิกายน). ขอร้องเพลงสรรเสริญพระบารมี ให้จบ  แล้วจะยุติการชุมนุม. www.facebook.com/634784363349240/posts/2580057985488525/

[101] Voice TV. (2564, 6 มีนาคม). กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบัน รวมพลสี่แยกราชประสงค์. www.facebook.com/VoiceOnlineTH/videos/1106374853157154?vh=e

ภาพที่ 65 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาลโดยสื่อใหม่ เฟซบุ๊ก

ภาพที่ 66 ภาพการถ่ายทอดสดของ Voice TV การชุมนุมของกลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบัน

ที่มา : www.facebook.com/VoiceOnlineTH/videos/1106374853157154?vh=e

2.2.2.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มรถบรรทุก

น้ำมันแพงเป็นผลสืบเนื่องมาจากสถานการณ์ราคาน้ำมันตลาดโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น อีกทั้งมีปัจจัยค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง จึงส่งผลกระทบต่อราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2564 ถึง ต้นปี พ.ศ. 2565 มีการเกิดขึ้นของกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่มีการนัดรวมตัวกันจัดกิจกรรม Truck Power เพื่อเสนอข้อเรียกร้องต่อรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาราคาน้ำมัน สื่อใหม่สำนักข่าว PostToday มีการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกในวันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นช่วงแรกของการชุมนุม โดยนำเสนอข่าวสรุปข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุมที่มีความต้องการให้รัฐบาลตรึงราคาน้ำมันดีเซลที่ 25 บาทต่อลิตร[102] ต่อมาในวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 มีการจัดกิจกรรม Truck Power อีกครั้ง สื่อใหม่ THE STANDARD มีการให้พื้นที่สื่อโดยการสัมภาษณ์นายอภิชาติ ไพรรุ่งเรือง ประธานสหพันธ์

[102] PostToday. (2564, 19 ตุลาคม). สิงห์รถบรรทุก รวมพลจี้รัฐบาลตรึงราคาดีเซล 25 บาท. www.facebook.com/119948869834/posts/10159690621054835/

การขนส่งทางบกแห่งประเทศไทยเพื่อเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบรถบรรทุก คือ ตรึงราคาน้ำมันดีเซลที่ 25 บาทต่อลิตร ลดภาษีสรรพสามิตลง 5 บาทต่อลิตร และยกเลิกการเก็บเงินเข้ากองทุนพลังงานเป็นระยะเวลา 1 ปี[103] นอกจากนี้สำนักข่าว THE STANDARD และ The Reporters ได้นำเสนอมุมมองฝั่งรัฐบาลกับเรื่องของข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุก ทั้งนี้ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีขอให้กลุ่มผู้ชุมนุมอย่ากดดันและควรเห็นใจประเทศชาติ ปัจจุบันรัฐบาลตรึงไว้ที่ลิตรละ 30 บาท ใช้เงินถึงเดือนละ 3,000 ล้านบาท ทำให้กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงติดลบ ประชุมคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติเงินกู้จำนวน 20,000 ล้านบาท เพื่อสำรองการใช้จ่ายในช่วง 4 เดือนข้างหน้า ซึ่งถ้าราคาน้ำมันลดลงก็จะไม่มีปัญหา[104] ต่อมาในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ม็อบรถบรรทุกได้มีการยกระดับการชุมนุม ซึ่งสื่อใหม่อย่าง THE STANDARD และSanook News มีการนำเสนอข่าวโดยสรุปข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุกที่ต้องการให้นายสุพัฒนพงษ์ พันธ์มีเชาว์ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานลาออกจากตำแหน่ง ส่วนทางด้านสำนักข่าวThe Reporters ได้นำเสนอมุมมองฝั่งรัฐบาลกับการนัดชุมนุมของม็อบรถบรรทุก โดยรัฐบาลเข้าใจทุกปัญหาและได้ดำเนินการตรึงราคาพลังงานไว้ ขอให้เข้าใจสถานการณ์ เพราะถ้าหากทำตามที่เรียกร้องเดิมที่ 25 บาท/ลิตร จะต้องใช้เงินสนับสนุนถึงเดือนละ 20,000 ล้านบาท ปีละ 240,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่สูงเกินกว่าจะแบกรับไว้ได้[105] ทั้งนี้รูปแบบการนำเสนอของสื่อใหม่จะคล้ายคลึงกับสื่อกระแสหลักที่เน้นการนำเสนอถึงปัญหาและข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบรถบรรทุกเป็นสำคัญ สามารถสรุปการรายงานข่าวของสื่อใหม่ได้ ดังนี้

ภาพที่ 67 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจของกลุ่มรถบรรทุกโดยสื่อใหม่ เฟซบุ๊ก

---

[103] THE STANDARD. (2564, 16 พฤศจิกายน). ม็อบรถบรรทุกบุกกรุง. www.facebook.com/1683658098593742/posts/2901675990125274/

[104] THE STANDARD. (2564, 16 พฤศจิกายน). ม็อบรถบรรทุกบุกกรุง. www.facebook.com/1683658098593742/posts/2901675990125274/ และ The Reporters. (2564, 16 พฤศจิกายน). นายกฯ เมินสหพันธ์รถบรรทุกเคลื่อนไหวกดดันลดราคาน้ำมันดีเซล. www.facebook.com/2287975534786167/posts/3152940664956312/

[105] The Reporters. (2565, 7 กุมภาพันธ์). รัฐบาลขอม็อบรถบรรทุกเข้าใจสถานการณ์. www.facebook.com/2287975534786167/posts/3219496518300726/

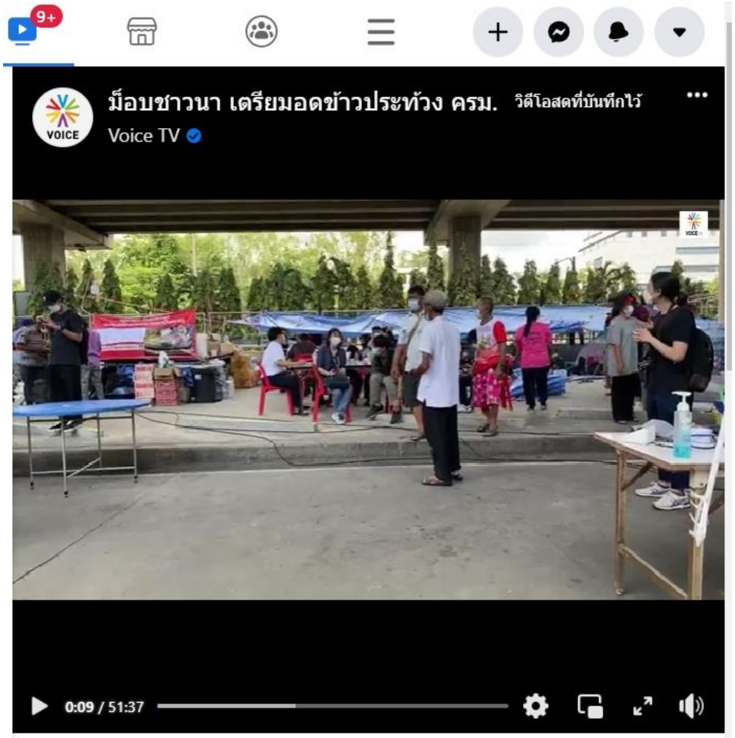
ภาพที่ 68 ภาพข่าวของ PostToday ม็อบรถบรรทุก

ที่มา : www.facebook.com/119948869834/posts/10159690621054835/

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนา

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook พบว่า ในแพลตฟอร์ม Facebook มีการนำเสนอข่าวในมิติที่ลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์ความเป็นอยู่ของการชุมนุมปักหลักในพื้นที่หน้ากระทรวงการคลัง รวมทั้งสรุปภาพรวมของสถานการณ์และเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น โดยพบว่า ความเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็นม็อบชาวนานี้ถูกกล่าวถึงและนำเสนอข้อมูลหลากหลายมิติผ่านหน้าเพจ (Page) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพจบัญชีผู้ใช้งานของสื่อมวลชนออนไลน์ อาทิ Voice TV นำเสนอข้อมูลในแง่ "ม็อบชาวนา เตรียมอดข้าวประท้วง ครม."[106] นำเสนอข่าวในรูปแบบลงพื้นที่ติดตาม สัมภาษณ์ กลุ่มม็อบชาวนาที่มีความเดือดร้อนจากปัญหาหนี้สินราคาข้าว เมื่อได้ยื่นข้อเรียกร้องขอความช่วยเหลือจากรัฐบาลแต่ยังไม่ได้รับผลความคืบหน้าตอบกลับ กลุ่มม็อบชาวนาจึงมีความพยายามประท้วงด้วยวิธีการอดอาหาร ดังรูปภาพที่นำเสนอ

[106] Voice TV. (2565, 22 มีนาคม). ม็อบชาวนา เตรียมอดข้าวประท้วงครม. www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=336897581793017




ภาพที่ 69 เพจ Voice TV ถ่ายทอดสดม็อบชาวนา เตรียมอดข้าวประท้วง ครม.

ที่มา : www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=336897581793017

และพบว่ามีเพจบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ อย่าง The MATTER ที่จัดทำการสรุปภาพรวมของสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบชาวนาที่เกิดขึ้น นำเสนอข้อมูลในแง่ “ทำไมม็อบชาวนาถึงลากยาวมาเป็นเดือน แล้วปัญหาที่เกิดขึ้นคืออะไรกันแน่?”[107] โดยนำเสนอการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม #ม็อบชาวนา ในรูปแบบไล่เรียงไทม์ไลน์เวลา (Timeline) เป็นรูปภาพอย่างเข้าใจง่าย แต่ยังคงการเล่าเรื่องที่มีเนื้อหาละเอียดฉบับเต็มประกอบความเข้าใจให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นผ่านการลงช่องทางลิงก์ข่าวเชื่อมโยงให้สามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้บนเว็บไซต์ thematter.co ได้โดยตรงดังรูปภาพที่นำเสนอ

[107] The MATTER. (2565, 15 มีนาคม). ทำไมม็อบชาวนาถึงลากยาวมาเป็นเดือน แล้วปัญหาที่เกิดขึ้นคืออะไรกันแน่?. www.facebook.com/search/top/?q=the%20matter%20%E0%B8%A1%E0%B9%87%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%B2

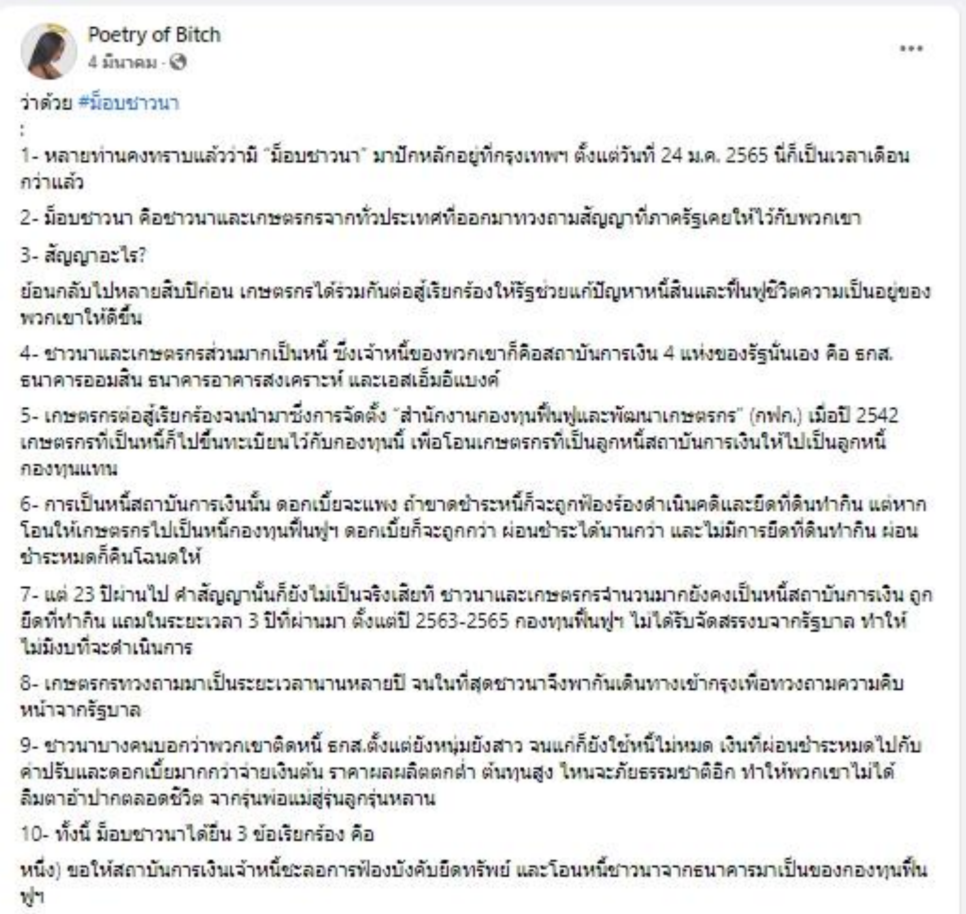
ภาพที่ 70 เพจ The MATTER สรุปข้อมูลประเด็น #ม็อบชาวนา

ที่มา : www.facebook.com/search/top/?q=the%20matter%20ม็อบชาวนา&_rdc=1&_rdr

นอกจากนี้ยังพบ การให้ข้อมูลการเคลื่อนไหวประเด็น #ม็อบชาวนา อย่างสรุปสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ที่ไม่เพียงแต่เป็นเพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์เท่านั้น แต่พบเพจบัญชีผู้ใช้งานสาธารณะทั่วไป ที่มียอดผู้ติดตามสูง ได้นำเสนอการสรุปสถานการณ์ไว้อีกด้วยคือ เพจ Poetry of Bitch โดยนำเสนอข้อมูลในหัวข้อ "ว่าด้วย #ม็อบชาวนา"[108] มีรูปแบบการนำเสนอข้อมูล

[108] Poetry of Bitch. (2565, 4 มีนาคม). ว่าด้วย #ม็อบชาวนา. www.facebook.com/search/top/?q=poety%20of%20bitch%20ม็อบชาวนา&_rdc=1&_rdr

แบบไล่เรียงข้อความเป็นรายข้อ ลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหลัง ในช่วงเวลาของการชุมนุมเรียกร้อง มีเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมใดที่เกี่ยวข้องกับประเด็น #ม็อบชาวนา ที่เกิดขึ้นบ้าง ดังรูปภาพที่นำเสนอดังนี้



Poetry of Bitch
4 มีนาคม ·

ว่าด้วย #ม็อบชาวนา
:
1- หลายท่านคงทราบแล้วว่ามี "ม็อบชาวนา" มาปักหลักอยู่ที่กรุงเทพฯ ตั้งแต่วันที่ 24 ม.ค. 2565 นี่ก็เป็นเวลาเดือนกว่าแล้ว

2- ม็อบชาวนา คือชาวนาและเกษตรกรจากทั่วประเทศที่ออกมาทวงถามสัญญาที่ภาครัฐเคยให้ไว้กับพวกเขา

3- สัญญาอะไร?

ย้อนกลับไปหลายสิบปีก่อน เกษตรกรได้ร่วมกันต่อสู้เรียกร้องให้รัฐช่วยแก้ปัญหาหนี้สินและฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขาให้ดีขึ้น

4- ชาวนาและเกษตรกรส่วนมากเป็นหนี้ ซึ่งเจ้าหนี้ของพวกเขาก็คือสถาบันการเงิน 4 แห่งของรัฐนั่นเอง คือ ธกส. ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และเอสเอ็มอีแบงค์

5- เกษตรกรต่อสู้เรียกร้องจนนำมาซึ่งการจัดตั้ง "สำนักงานกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร" (กฟก.) เมื่อปี 2542 เกษตรกรที่เป็นหนี้ก็ไปขึ้นทะเบียนไว้กับกองทุนนี้ เพื่อโอนเกษตรกรที่เป็นลูกหนี้สถาบันการเงินให้ไปเป็นลูกหนี้กองทุนแทน

6- การเป็นหนี้สถาบันการเงินนั้น ดอกเบี้ยจะแพง ถ้าขาดชำระหนี้ก็จะถูกฟ้องร้องดำเนินคดีและยึดที่ดินทำกิน แต่หากโอนให้เกษตรกรไปเป็นหนี้กองทุนฟื้นฟูฯ ดอกเบี้ยก็จะถูกกว่า ผ่อนชำระได้นานกว่า และไม่มีการยึดที่ดินทำกิน ผ่อนชำระหมดก็คืนโฉนดให้

7- แต่ 23 ปีผ่านไป คำสัญญานั้นก็ยังไม่เป็นจริงเสียที ชาวนาและเกษตรกรจำนวนมากยังคงเป็นหนี้สถาบันการเงิน ถูกยึดที่ทำกิน แถมในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2563-2565 กองทุนฟื้นฟูฯ ไม่ได้รับจัดสรรงบจากรัฐบาล ทำให้ไม่มีงบที่จะดำเนินการ

8- เกษตรกรทวงถามมาเป็นระยะเวลานานหลายปี จนในที่สุดชาวนาจึงพากันเดินทางเข้ากรุงเพื่อทวงถามความคืบหน้าจากรัฐบาล

9- ชาวนาบางคนบอกว่าพวกเขาติดหนี้ ธกส.ตั้งแต่ยังหนุ่มยังสาว จนแก่ก็ยังใช้หนี้ไม่หมด เงินที่ผ่อนชำระหมดไปกับค่าปรับและดอกเบี้ยมากกว่าจ่ายเงินต้น ราคาผลผลิตตกต่ำ ต้นทุนสูง ไหนจะภัยธรรมชาติอีก ทำให้พวกเขาไม่ได้ลืมตาอ้าปากตลอดชีวิต จากรุ่นพ่อแม่สู่รุ่นลูกรุ่นหลาน

10- ทั้งนี้ ม็อบชาวนาได้ยื่น 3 ข้อเรียกร้อง คือ

หนึ่ง) ขอให้สถาบันการเงินเจ้าหนี้ชะลอการฟ้องบังคับยึดทรัพย์ และโอนหนี้ชาวนาจากธนาคารมาเป็นของกองทุนฟื้นฟูฯ

ภาพที่ 71 เพจ Poetry of Bitch สรุปข้อมูลประเด็น #ม็อบชาวนา

ที่มา : www.facebook.com/search/top/?q=poety%20of%20bitch%20ม็อบชาวนา&_rdc=1&_rdr

และในส่วนการนำเสนอข้อมูลประเด็น #ม็อบชาวนาที่น่าสนใจ ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ที่พบนั้น พบว่า บางเพจมีการนำเสนอข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ชาวนาผู้เข้าร่วมชุมนุมเรียกร้องในครั้งนี้ด้วย ทำให้ผู้คนในสังคมเข้าใจและมองเห็นปัญหาความเดือดร้อนของกลุ่มม็อบชาวนาที่กำลังประสบอยู่สะท้อนผ่านบทสัมภาษณ์ดังกล่าว อาทิ เพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ The People นำเสนอข้อมูลในแง่ "ปิ่นแก้ว แก้วสุขแท้: ม็อบชาวนากับเสียงเรียกร้องเฮือกสุดท้ายของกระดูกสันหลังชาติ"[109] โดยเล่าเรื่องราวในรูปแบบบทความที่มาจากการสัมภาษณ์ตัวแทนชาวนาตลอดทั้งโพสต์ รวมถึงมีการลงช่องทางลิงก์เพื่อสามารถเชื่อมโยงไปอ่านบทความในลักษณะเดียวนี้ได้บนเว็บไซต์โดยตรง และอีกหนึ่ง

[109] The People. (2565, 16 มีนาคม). ปิ่นแก้ว แก้วสุขแท้: ม็อบชาวนากับเสียงเรียกร้องเฮือกสุดท้ายของกระดูกสันหลังชาติ. www.facebook.com/search/top/?q=the%20people%20ม็อบชาวนา&_rdc=1&_rdr

เพจบัญชีผู้ใช้งานสาธารณะ ที่มียอดผู้ติดตามสูง คือ เพจตุ๊ดส์ review นำเสนอข้อมูลในแง่ “ประเทศไทยกำลังจะไม่มีชาวนาอีกต่อไป #ม็อบชาวนา”[110] เป็นการถอดบทสัมภาษณ์ตัวแทนชาวนาที่ถูกสัมภาษณ์ผ่าน Vlog และติดแฮชแท็ก #เสียงที่ไม่ได้ยินจากม็อบชาวนา นำเสนอผ่าน Youtube โดยนักแสดงหญิง ใบเฟิร์น อัญชสา มงคลสมัย ซึ่งเพจดังกล่าวทำการถอดความจากคลิปวิดีโอให้ปรากฏอยู่ในรูปแบบตัวอักษร เล่าเรื่องไล่เรียงเป็นข้อเพื่อลำดับความเข้าใจได้ง่ายขึ้น ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 72 เพจ The People บทสัมภาษณ์ผู้ร่วมชุมนุม #ม็อบชาวนา

ที่มา : www.facebook.com/search/top/?q=the%20people%20ม็อบชาวนา&_rdc=1&_rdr และ www.facebook.com/search/top?q=ตุ๊ดส์review%20ม็อบชาวนา&_rdc=1&_rdr

ส่วนสุดท้ายที่พบว่ามีการนำเสนอข้อมูลบนแพลตฟอร์ม Facebook คือ การติดตามสถานการณ์มติที่ประชุมคณะรัฐมนตรีที่มีต่อข้อเรียกร้องจากกลุ่มม็อบชาวนา พบว่า มีเพจบัญชีผู้ใช้งานนักข่าวออนไลน์ อาร์ท เอกรัฐ นำเสนอข่าวในรูปแบบคลิปข่าวสั้น มีประเด็นว่าด้วย “ได้ข้อสรุป! “จุรินทร์” เผย พักชำระหนี้ #เกษตรกร (ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่) 50% จาก 4 ธนาคารของรัฐ”[111] เป็นการสัมภาษณ์นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ หลังการเข้าประชุมคณะรัฐมนตรีถึงความคืบหน้าการดำเนินงานของกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร รวมไปถึงเพจบัญชีผู้ใช้งานองค์กรภาครัฐ อย่าง สำนักงานกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร ก็ได้นำเสนอข้อมูลความคืบหน้าการดำเนินงานที่เกิดขึ้น ในหัวข้อ “รองเลขาฯ นายกรัฐมนตรี ไชยยศ หารือกลุ่มเกษตรกร เร่งแก้หนี้ 4 แบงค์รัฐ

[110] ตุ๊ดส์review. (2565, 8 มีนาคม). ประเทศไทยกำลังจะไม่มีชาวนาอีกต่อไป #ม็อบชาวนา. www.facebook.com/search/top?q=ตุ๊ดส์review%20ม็อบชาวนา&_rdc=1&_rdr

[111] อาร์ท เอกรัฐ. (2565, 22 มีนาคม). ได้ข้อสรุป! “จุรินทร์” เผย พักชำระหนี้ #เกษตรกร (ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่) 50% จาก 4 ธนาคารของรัฐ. www.facebook.com/watch/?v=742739497111385&extid=NS-UNK-UNK-UNK-IOS_GK0T-GK1C&ref=sharing&_rdc=3&_rdr

ช่วยเกษตรกร 50,000 ราย”[112] โดยนำเสนอข่าวความคืบหน้าผลการหารือร่วมกันกับผู้เข้าประชุมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นและหารือการแก้ปัญหาร่วมกันกับกลุ่มม็อบชาวนา การนำเสนอข่าวข้างต้นมีรูปแบบเรียบเรียงข้อความเป็นบทความประกอบด้วยรูปภาพบรรยากาศการประชุมหารือที่เกิดขึ้นอีกด้วย ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 73 เพจ อาร์ท เอกรัฐ นำเสนอคลิปข่าวสัมภาษณ์รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ประเด็นความคืบหน้ามติประชุมคณะรัฐมนตรีที่มีต่อการแก้ปัญหา #ม็อบชาวนา

ที่มา : www.facebook.com/watch/?v=742739497111385&extid=NS-UNK-UNK-UNK-IOS_GK0T-GK1C&ref=sharing&_rdc=3&_rdr

ภาพที่ 74 เพจสำนักงานกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร นำเสนอความคืบหน้าแนวทางการแก้ไขปัญหา #ม็อบชาวนา

ที่มา : www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=4664868333629975&id=485732071543643&comment_id=4665064180277057&_rdc=1&_rdr

[112] สำนักงานกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร. (2565, 26 มกราคม). รองเลขาฯ นายกรัฐมนตรี ไชยยศ หารือกลุ่มเกษตรกร เร่งแก้หนี้ 4 แบงค์รัฐช่วยเกษตรกร 50,000 ราย. www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=4664868333629975&id=485732071543643&comment_id=4665064180277057&_rdc=1&_rdr

จากการศึกษาข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคม ในประเด็น #ม็อบชาวนา ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์ม Facebook พบว่า การนำเสนอข่าวมีมิติในแง่ของการติดตามสถานการณ์การเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบชาวนาในช่วงที่มีกระแสความสนใจจากสังคมขึ้นมาระยะหนึ่ง ยังคงพบการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เป็นระยะ แต่สิ่งที่แตกต่างออกไปจากช่องทางนำเสนอข่าวเดียวกันนี้ทางอื่นคือเพจบัญชีผู้ใช้งานบน Facebook มักเน้นการนำเสนอข่าวในลักษณะสรุปสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย และร่นระยะเวลาการติดตามข่าวเป็นเวลานาน ให้ผู้คนในสังคมเข้าใจและมองเห็นถึงปัญหาความเดือดร้อนในประเด็น #ม็อบชาวนา ได้อย่างรวดเร็วและกระชับ เนื้อหาที่นำเสนอมีความชัดเจนตรงประเด็น อีกทั้งมีการกระจายข่าว นำเสนอให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความตื่นรู้ให้กับผู้คนต่อประเด็นความเดือดร้อนของกลุ่มม็อบชาวนา จากหลากหลายเพจบัญชีผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะทั้งเพจบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ สื่อและบุคคลสาธารณะทั่วไปที่มียอดผู้ติดตามสูง รวมถึงองค์กรภาครัฐเองเช่นเดียวกัน ทั้งนี้พบว่ามีประชาชนทั่วไปที่ให้ความคิดเห็นและกดแชร์โพสต์ข้อความเพื่อให้ถูกกระจายออกไปในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยกันเอง หรือไปยังการรับรู้ของสื่อกระแสหลักให้นำประเด็นข่าวดังกล่าวหยิบยกขึ้นไปนำเสนอต่อ Facebook จึงเป็นแพลตฟอร์มสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในยุคสมัยใหม่ที่เข้าถึงง่าย ข้อมูลสรุปอย่างกระชับทำให้สร้างความเข้าใจง่ายในระยะเวลาอันสั้น และกระจายข่าวสารออกไปได้อย่างรวดเร็ว

2.2.2.3 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์ กลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียม

ในแพลตฟอร์ม Facebook มีการนำเสนอข่าวในมิติที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมประท้วงที่เกิดขึ้นจากกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ หรือกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมเอง และติดตามสถานการณ์ท่าทีของสภาผู้แทนราษฎรต่อการพิจารณาร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 และพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมดังกล่าว ไม่แตกต่างจากการนำเสนอข่าวในแพลตฟอร์ม Twitter มากนักโดยพบเพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ที่นำเสนอข่าว #ม็อบสมรสเท่าเทียม มาอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ The MATTER ที่เริ่มตั้งแต่รายงานสถานการณ์การชุมนุมของ “ม็อบตุ้งติ้ง ไพร่พาเหรด' สามย่าน-สีลม”[113] ซึ่งม็อบครั้งนี้เป็นม็อบในช่วงแรกของจุดเริ่มต้นการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านคุณภาพชีวิต โดยม็อบตุ้งติ้งเกิดขึ้นเพื่อเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศ และประเด็นทางสังคมอื่น ๆ เช่น การสมรสเท่าเทียม การทำแท้งเสรี ยกเลิกกฎหมายค้าประเวณี สวัสดิการผ้าอนามัย การศึกษาของคนไร้สัญชาติ ฯลฯ นำไปสู่การเกิดม็อบสมรสเท่าเทียมในระยะเวลาถัดมา เพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์นี้ ก็ยังคงติดตามสถานการณ์การชุมนุมที่ทยอยเกิดขึ้นในประเด็นเดียวกัน และนำเสนอข่าวม็อบถัดมาในหัวข้อ “สีสันของความหลากหลาย #ม็อบสมรสเท่าเทียม ล่า 1 ล้านรายชื่อแก้ไขกฎหมาย ม.1448”[114] อีกด้วย ดังรูปภาพที่นำเสนอ

---

[113] The MATTER. (2563, 7 พฤศจิกายน). ม็อบตุ้งติ้ง 'ไพร่พาเหรด' สามย่าน-สีลม. www.facebook.com/thematterco/photos/pcb.2739836259565092/2739831762898875/

[114] The MATTER. (2564, 28 พฤศจิกายน). สีสันของความหลากหลาย #ม็อบสมรสเท่าเทียม ล่า 1 ล้านรายชื่อแก้ไขกฎหมาย ม.1448. www.facebook.com/thematterco/photos/pcb.3061833367365378/3061832904032091/

ภาพที่ 75 เพจ The MATTER นำเสนอการเคลื่อนไหว #ม็อบตุ้งติ้ง ไพร่พาเหรด สามย่าน-สีลม และนำเสนอการเคลื่อนไหวสีสันของความหลากหลาย #ม็อบสมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.facebook.com/thematterco/photos/pcb.2739836259565092/2739831762898875/ www.facebook.com/thematterco/photos/pcb.3061833367365378/3061832904032091/

อีกทั้งพบว่า มีเพจบัญชีผู้ใช้งานกลุ่มเฟมินิสต์ปลดแอก โพสต์เชิญชวนเข้าร่วม #ม็อบสมรสเท่าเทียม ที่จัดขึ้นวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 เป็นปฏิกิริยาแสดงการเคลื่อนไหวภายหลังจากวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยว่าประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ป.พ.พ. มาตรา 1448 การสมรสได้แต่เพียงชาย-หญิง ไม่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ โดยมีเพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ SPECTRUM เป็นสื่อที่นำเสนอประเด็นเรื่องเพศในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รายงานข่าวประเด็นดังกล่าวด้วยหัวข้อ “ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัย ‘สมรสเท่าเทียม’ ได้แค่ชาย-หญิง ไม่ขัดต่อรธน. แต่จะดำเนินตรากฎหมายรับรองสิทธิของ LGBTQ+ ต่อไป”[115] โดยโพสต์ของกลุ่มเฟมินิตส์ปลดแอก มีข้อความเชิญชวนว่า “พบกัน #ม็อบสมรสเท่าเทียม 28 พฤจิกายน 2564 ร่วมส่งเสียงของพวกเราออกไปว่าต้องการสมรสเท่าเทียม!!! ไม่เอาพ.ร.บ.คู่ชีวิต ไม่เอากฎหมายพลเมืองชั้นสอง”[116] และเพจบัญชีผู้ใช้งานกลุ่ม Queer Riot โพสต์ข้อความเชิญชวนเช่นเดียวกัน มีข้อความว่า “โอ้ว โหว ไม่มาได้ไงเนี้ย กิจกรรมเพียบขนาดนี้

---

[115] SPECTRUM. (2564, 17 พฤศจิกายน). ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัย ‘สมรสเท่าเทียม’ ได้แค่ชาย-หญิง ไม่ขัดต่อรธน. แต่จะดำเนินตรากฎหมายรับรองสิทธิของ LGBT+ ต่อไป. www.facebook.com/showyourspectrum/photos/a.276495186375492/872024006822604

[116] เฟมินิสต์ปลดแอก. (2564, 18 พฤศจิกายน). พบกัน #ม็อบสมรสเท่าเทียม 28 พฤจิกายน 2564 ร่วมส่งเสียงของพวกเราออกไปว่าต้องการสมรสเท่าเทียม!!! ไม่เอาพ.ร.บคู่ชีวิต ไม่เอากฎหมายพลเมืองชั้นสอง. www.facebook.com/femliberateth/photos/a.100889168409175/419977593166996/

พรายกระซิบฝากมาบอกว่า แดร็กควีนตัวแม่ก็ขึ้นแสดงปัง ๆ ปั๊วะ ๆ 4 โมงเย็น 28 พย 64 เจอกัน”[117] ซึ่งทั้งสองกลุ่มล้วนมีบทบาทต่อการแสดงเจตจำนงที่เรียกร้องความเสมอภาคเท่าเทียมให้เกิดขึ้นในสังคม และยังแสดงการสนับสนุนต่อความเคลื่อนไหว #ม็อบสมรสเท่าเทียม #พรบ.สมรสเท่าเทียม ด้วยเช่นกัน โดยโพสต์เชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมการชุมนุมนั้น ปรากฏการให้ข้อมูลงานกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นมีรูปแบบเป็นอย่างไร ภายในการชุมนุมประกอบไปด้วยกิจกรรมที่ส่งเสริม แสดงออก และเรียกร้องต่อความเท่าเทียมความเสรีทางเพศ และสนับสนุนต่อข้อเรียกร้องพระราชบัญญัติแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไปในอนาคต รวมถึงประกาศแจ้งสถานที่และช่วงเวลาของการชุมนุมอย่างละเอียด ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 76 เพจ SPECTRUM นำเสนอข่าวศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยเรื่อง #สมรสเท่าเทียม
ที่มา : www.facebook.com/showyourspectrum/photos/a.276495186375492/872024006822604

[117] Queer Riot. (2564, 26 พฤศจิกายน). โอ้ว โหวไม่มาได้ไงเนี้ย กิจกรรมเพียบขนาดนี้ พรายกระซิบฝากมาบอกว่า แดร็กควีนตัวแม่ก็ขึ้นแสดงปัง ๆ ปั๊วะ ๆ 4 โมงเย็น 28 พย 64 เจอกัน. www.facebook.com/QueerRiot/photos/a.2155102124597392/4505367096237538/

ภาพที่ 77 เพจ เฟมินิสต์ปลดแอก และ เพจ Queer Riot โพสต์เชิญชวนเข้าร่วม #ม็อบสมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.facebook.com/femliberateth/photos/a.100889168409175/419977593166996, www.facebook.com/QueerRiot/photos/a.2155102124597392/4505367096237538/

รวมไปถึงยังพบ การสรุปข้อมูลสำคัญของความแตกต่างระหว่าง ร่าง แก้ไข ป.พ.พ. มาตรา 1448 เพื่อ #สมรสเท่าเทียม และร่าง พ.ร.บ. คู่ชีวิต นำเสนอผ่านโพสต์จากเพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ อย่าง THE STANDARD แสดงให้เห็นชุดข้อมูลจากกฎหมายทั้งสองชุดที่มีความแตกต่างกันในแง่ของสิทธิ หน้าที่ ศักดิ์ศรีที่จะได้รับ โดยนำเสนอในรูปแบบรูปภาพตารางเปรียบเทียบ ด้วยหัวข้อ “เข้าใจความต่าง ร่าง แก้ไข ป.พ.พ. มาตรา 1448 เพื่อ #สมรสเท่าเทียม และร่าง พ.ร.บ. คู่ชีวิต”[118] เช่นเดียวกับการนำเสนอข้อมูลสรุปจากเพจบัญชีผู้ใช้งานองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร อย่าง iLaw นำเสนอข้อมูลด้วยหัวข้อ “ร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิตของรัฐ VS แนวทางแก้กฎหมายสมรสของพรรคก้าวไกล”[119] มีสาระสำคัญที่นำเสนอ คือ 1) เสนอให้ยกร่างพระราชบัญญัติคู่ชีวิต (พ.ร.บ.คู่ชีวิต) ออกมาเป็นกฎหมายแยก เพื่อรับรองสิทธิตามกฎหมายของคู่รักเพศเดียวกันเป็นการเฉพาะการ 2) เสนอให้แก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ป.พ.พ.) บรรพ 5 ว่าด้วยการสมรสที่แต่เดิมระบุเพียง ชาย-หญิง ให้ทุกเพศสามารถสมรสได้ตามกฎหมาย เพื่อรับรองสิทธิในการก่อตั้งครอบครัวอย่างเท่าเทียม ทั้งนี้พรรคก้าวไกลในนามตัวแทนที่เสนอร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ก็มีการโพสต์ข้อมูลความแตกต่างในเรื่องนี้ผ่านเพจบัญชี

---

[118] THE STANDARD. (2563, 8 กรกฎาคม). เข้าใจความต่าง ร่าง แก้ไข ป.พ.พ. มาตรา 1448 เพื่อ #สมรสเท่าเทียม และร่าง พ.ร.บ. คู่ชีวิต. www.facebook.com/thestandardth/photos/a.1725541161072102/2481948032098074

[119] iLaw. (2563, 19 มิถุนายน). ร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิตของรัฐ VS แนวทางแก้ไขกฎหมายสมรสของพรรคก้าวไกล. www.facebook.com/iLawClub/photos/a.10150540436460551/10163973918500551/

ผู้ใช้งานของพรรค ด้วยหัวข้อ "พ.ร.บ. #สมรสเท่าเทียม ไม่คล้าย พ.ร.บ.คู่ชีวิต อย่าลดศักดิ์ศรีกลุ่ม #LGBTQ"[120] มีสาระสำคัญว่าด้วย การใช้กฎหมายแยกกับระหว่างคู่รักต่างเพศและคู่รักเพศเดียวกัน เป็นการตอกย้ำอย่างชัดเจนว่ามีการเลือกปฏิบัติทางเพศต่อกลุ่มหลากหลายทางเพศ สะท้อนความคิดคณะรัฐมนตรีมองว่ากลุ่มหลากหลายทางเพศ ไม่จำเป็นต้องมีสิทธิ สวัสดิการ และศักดิ์ศรี เสมอภาคกับคู่ชายหญิง นอกเสียจากว่าจะมีการกลับไปแก้ไขและเปิดโอกาสให้คู่รักต่างเพศสามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้ด้วยเหมือนในหลายประเทศ แล้วยื่นร่าง พระราชบัญญัติคู่ชีวิต แยกออกจาก พระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมด้วยเช่นกัน การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบนี้ยังช่วยให้ผู้รับสื่อทำความเข้าใจได้ง่าย กระชับ รวดเร็ว ในเวลาการศึกษาหาข้อมูลอันสั้น ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 78 เพจ THE STANDARD โพสต์นำเสนอความแตกต่างระหว่าง ร่างแก้ไข ป.พ.พ. มาตรา 1448 เพื่อ #สมรสเท่าเทียม และร่าง #พรบ.คู่ชีวิต
ที่มา : www.facebook.com/thestandardth/photos/a.1725541161072102/2481948032098074

[120] พรรคก้าวไกล-Move Forward Party. (2565, 1 เมษายน). พ.ร.บ. #สมรสเท่าเทียม ไม่คล้าย พ.ร.บ. คู่ชีวิต อย่าลกศักดิ์ศรีกลุ่ม #LGBTQ. www.facebook.com/photo?fbid=527684485587575&set=a.489553622733995

ภาพที่ 79 เพจ iLaw โพสต์นำเสนอความแตกต่างระหว่าง ร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิตของรัฐ VS แนวทางแก้ไขกฎหมายสมรสของพรรคก้าวไกล และ เพจพรรคก้าวไกล โพสต์นำเสนอ พ.ร.บ.สมรสเท่าเทียม ไม่คล้าย พ.ร.บ.คู่ชีวิต
ที่มา : www.facebook.com/iLawClub/photos/a.10150540436460551/10163973918500551/, www.facebook.com/photo?fbid=527684485587575&set=a.489553622733995

ในส่วนถัดมา พบว่า ประเด็นเรื่อง #สมรสเท่าเทียม ยังคงถูกติดตามความเคลื่อนไหวถึงสถานการณ์ความเป็นไปได้ที่จะเกิดการแก้ไขร่างประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ที่กำลังถูกผลักดันเข้าสู่สภาผู้แทนราษฎร โดยเพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ SPECTRUM ได้นำเสนอข้อมูลหัวข้อ " 'สมรสเท่าเทียมไทย' ไปถึงไหนกันแล้ว ?"[121] กล่าวถึงการตั้งคำถามว่า "เมื่อไหร่รัฐธรรมนูญไทยจะเป็นสีรุ้ง ?" และนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็น #สมรสเท่าเทียม ผ่าน 9 บทวิเคราะห์ว่า สมรสเท่าเทียม ทำไมถึงสำคัญ อ้างอิงข้อมูลจากสถานการณ์การเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น จากการเสนอร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เพื่อเปิดทางสู่การสมรสของเพศเดียวกัน หรือ ป.พ.พ. มาตรา 1448 ที่เสนอโดย นายธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรบัญชีรายชื่อ พรรคก้าวไกล โดยประเด็นดังกล่าวยังถูกผลักดันอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการเคลื่อนไหวทั้งในโซเชียลมีเดีย อย่าง #สมรสเท่าเทียม #ไม่เอา พ.ร.บ. คู่ชีวิต ที่เคยติดเทรนด์ทวิตเตอร์ไทย หรือการออกมาชุมนุมเรียกร้อง รวมทั้งการผลักดันข้อกฎหมายสมรสเท่าเทียมในรูปแบบต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงความต้องการที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันทางเพศโดยแท้จริง ไม่ใช่แค่เพียงการรับรู้ว่ามีตัวตนเท่านั้น อีกทั้งโพสต์ดังกล่าวยังรวบรวมความคิดเห็น บทวิเคราะห์ ในเรื่องสิทธิสมรสเท่าเทียมในประเทศไทยที่ยังไม่เป็นผลสำเร็จ

---

[121] SPECTRUM. (2564, 3 มิถุนายน). 'สมรสเท่าเทียมไทย' ไปถึงไหนกันแล้ว ?. www.facebook.com/showyourspectrum/photos/pcb.773765966648409/773765496648456/

ผ่านการให้สัมภาษณ์จากมุมมองนักกิจกรรมทั้ง 9 คน ได้แก่ ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ นาดา ไชยจิตต์ มัจฉา พรอินทร์ ศิริศักดิ์ ไชยเทศ เคท ครั้งพิบูลย์ วาดดาว ชุมาพร ดารณี ทองศิริ และคณาสิต พ่วงอำไพ ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 80 เพจ SPECTRUM โพสต์ติดตามสถานการณ์ ‘สมรสเท่าเทียมไทย’ ไปถึงไหนกันแล้ว ?
ผ่าน 9 บทวิเคราะห์ ‘สมรสเท่าเทียม’ ทำไมถึงสำคัญ
ที่มา : www.facebook.com/showyourspectrum/photos/pcb.773765966648409/773765496648456/

ในเวลาต่อมา ความเคลื่อนไหวประเด็นแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 เพื่อให้ #สมรสเท่าเทียม เกิดขึ้นได้ในสังคม ถูกผลักดันเข้าไปพิจารณาในสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2565 ปรากฏการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวดังกล่าวจากเพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ The MATTER นำเสนอโพสต์ข่าวในหัวข้อ “ครม. มีมติไม่รับ 2 ร่างที่สภาฯ เสนอ ทั้งร่าง พ.ร.บ. สุราก้าวหน้า และร่าง พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม”[122] นำเสนอผลจากการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี มีมติไม่รับร่าง พระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียม และพระราชบัญญัติสุราก้าวหน้า ที่ถูกยื่นเสนอไปยังที่ประชุมพร้อมกันทั้ง 2 ฉบับ โดยกล่าวถึงในส่วนร่างพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียม หรือร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติม ป.พ.พ. (ฉบับที่...) พ.ศ. .... มีรายงานว่า “คณะรัฐมนตรี (ครม.) เห็นว่า เจตนารมณ์คล้ายคลึงกับร่าง พ.ร.บ. คู่ชีวิต พ.ศ. .... และร่าง พ.ร.บ. แก้ไขเพิ่มเติม ป.พ.พ.ฯ ที่ ครม. เห็นชอบไปแล้ว และมีการครอบคลุมหลายมิติ

[122] The MATTER. (2565, 29 มีนาคม). ครม.มีมติไม่รับ 2 ร่างที่สภาฯ เสนอ ทั้งร่าง พ.ร.บ.สุราก้าวหน้า และร่าง พ.ร.บ.สมรสเท่าเทียม. www.facebook.com/thematterco/photos/a.1735876059961122/3160080137540700

ขณะนี้ กระทรวงยุติธรรมได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชศึกษาเพิ่มเติมตามที่คณะกรรมการประสานงานสภาฯ เสนอ คาดว่าจะแล้วเสร็จในเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 นี้ ทั้งนี้ ครม. มีมติให้กระทรวงยุติธรรมและกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ พิจารณาร่าง พ.ร.บ. ของรัฐบาล ประกอบกับการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยฯ เพื่อเสนอต่อ ครม. และผลักดันเข้าสู่การพิจารณาของสภาฯ โดยเร็วเพื่อจะได้เป็นการส่งเสริมความเสมอภาคและเท่าเทียมกันของคู่รักเพศเดียวกันที่ต้องการจะจดทะเบียนสมรส” ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 81 เพจ The MATTER โพสต์ผลการประชุมของคณะรัฐมนตรี มีมติไม่รับร่างที่สภาผู้แทนราษฎรเสนอ
ที่มา : www.facebook.com/thematterco/photos/a.1735876059961122/3160080137540700

ผลการประชุมของคณะรัฐมนตรี ที่มีมติไม่รับร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ป.พ.พ.) มาตรา 1448 หรือ พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม ที่สภาผู้แทนราษฎรเสนอ ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวต่อสู้ เรียกร้อง และผลักดันต่อประเด็นต่อมาอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่าเพจบัญชีผู้ใช้งานกลุ่มสมรสเท่าเทียม Marriage Equality โพสต์เชิญชวนลงชื่อสนับสนุน #สมรสเท่าเทียม บนเว็บไซต์ Support1448.org ในข้อความหัวข้อ “ครม. ปัดตก พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม นั่นคือความเขลาของผู้มีอำนาจ

และความไม่เป็นธรรมของระบบ”[123] มีข้อความสาระสำคัญกล่าวถึง แม้คณะรัฐมนตรีจะมีมติไม่รับร่างพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียม แต่ในแง่ความพยายามผลักดันของภาคประชาชนยังคงอยู่ สถานการณ์ปัจจุบันต้องการรายชื่ออีกจำนวน 200 รายชื่อเท่านั้น จึงจะถึงจำนวน 300,000 รายชื่อสนับสนุนกฎหมายเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จ สะท้อนพลังของประชาชน เป้าหมายของกลุ่มที่ขับเคลื่อนครั้งนี้คือความเป็นธรรมของสังคม ความเป็นธรรมทางเพศ ความเป็นธรรมสำหรับกลุ่ม LGBTIQN+ อีกทั้งเพจบัญชีผู้ใช้ค่ายผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์ อย่าง นาดาว บางกอก (Nadao Content) ก็มีการโพสต์แสดงจุดยืนสนับสนุนประเด็น #สมรสเท่าเทียม ในหัวข้อ “เพราะเรารู้ว่าความเท่าเทียมมันมีค่ามากแค่ไหน #สมรสเท่าเทียม #PrideMonth #แปลรักฉันด้วยใจเธอPart2”[124] โดยยกเนื้อหาจากซีรี่ส์ชายรักชายชื่อดัง เรื่องแปลรักฉันด้วยใจเธอ ที่กำลังออกอากาศในช่วงที่มีการเคลื่อนไหวในประเด็น #สมรสเท่าเทียม นำเสนอข้อเท็จจริงของสิทธิ หน้าที่ อันจะเกิดขึ้นได้ตามกฎหมายแก่คู่รักเพศเดียวกันหากมีการแก้ไขประมวลกฎหมายดังกล่าวให้เกิดขึ้นจริงได้ ผ่านเรื่องราวของบทละครเรื่องดังกล่าว ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 82 เพจสมรสเท่าเทียม Marriage Equality โพสต์เชิญชวนประชาชนร่วมลงชื่อสนับสนุน พ.ร.บ.สมรสเท่าเทียมและเพจ Nadao Content โพสต์แสดงการสนับสนุน #สมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.facebook.com/support1448/photos/a.2109622686004440/2930112233955477, www.facebook.com/NadaoContent/photos/pcb.4045280465525338/4045268862193165/

[123] สมรสเท่าเทียม Marriage Equality. (2565, 31 มีนาคม). ครม. ปัดตก พรบ.สมรสเท่าเทียม นั่นคือความเขลาของผู้มีอำนาจ และความไม่เป็นธรรมของระบบ. www.facebook.com/support1448/photos/a.2109622686004440/2930112233955477

[124] Nadao Content. (2564, 28 มิถุนายน). เพราะเรารู้ว่าความเท่าเทียมมันมีค่ามากแค่ไหน #สมรสเท่าเทียม #PrideMonth #แปลรักฉันด้วยใจเธอPart2. www.facebook.com/NadaoContent/photos/pcb.4045280465525338/4045268862193165/

ในส่วนสุดท้ายของการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็น #สมรสเท่าเทียม ที่พบนั้นมาจากความเคลื่อนไหวจากหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคประชาชนทั่วไป กลุ่มภาคี องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรต่าง ๆ ที่มีการออกมาชุมนุม จัดกิจกรรมสะท้อนให้เห็นเสียงแห่งความต้องการเห็นความเท่าเทียมทางเพศเกิดขึ้นในสังคมไทย และในส่วนของผู้มีตำแหน่งทางการเมืองที่เป็นตัวแทนของประชาชน พรรคการเมืองยื่นข้อเรียกร้องให้มีการแก้ไขประมวลกฎหมายที่จะนำไปสู่ การเปิดทางให้ #สมรสเท่าเทียม เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรมถูกต้องตามกฎหมาย ความเคลื่อนไหวดังกล่าวดำเนินมาถึงความพยายามนำร่างพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมกลับเข้าสู่ที่ประชุมสภาผู้แทนราษฎรอีกครั้งหนึ่ง โดยนายธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรบัญชีรายชื่อ พรรคก้าวไกล ยังคงเป็นผู้ยื่นร่างแก้ไขกฎหมายฉบับนี้ต่อไป ในวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2565 พบการรายงานข้อมูลที่น่าติดตามในประเด็นนี้จากเพจบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ THE STANDARD รายงานหัวข้อข่าวว่า “UPDATE: ร่างสมรสเท่าเทียมกลับเข้าสภา 8 มิ.ย. นี้ ธัญวัจน์ ย้ำเป็นการเฉลิมฉลองประกาศชัยในเดือน Pride Month ขอผู้แทนประชาชนผ่านร่าง”[125] การนำเสนอข่าวได้กล่าวถึงคำให้สัมภาษณ์ของส.ส. ธัญวัจน์ ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญในเดือน Pride Month และตนเองนั้นกำลังดำเนินการยื่นร่าง พ.ร.บ.สมรสเท่าเทียมเข้าสู่สภาเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2563 และวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2565 จะเป็นวันที่ร่างดังกล่าวจะกลับสู่สภาคือ การรอคอยตลอด 720 วันของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ที่มีความหวังว่าความเท่าเทียมจะเกิดขึ้นในสังคมไทย ดังรูปภาพที่นำเสนอข้างต้น

ภาพที่ 83 เพจ THE STANDARD โพสต์นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหว ร่างพ.ร.บ.สมรสเท่าเทียม กลับเข้าสู่สภาฯ

ที่มา : www.facebook.com/thestandardth/photos/a.1725541161072102/3057633811196157

---

[125] THE STANDARD. (2565, 1 มิถุนายน). UPDATE: ร่างสมรสเท่าเทียมกลับเข้าสภา 8 มิ.ย. นี้ ธัญวัจน์ ย้ำเป็นการเฉลิมฉลองประกาศชัยในเดือน Pride Month ขอผู้แทนประชาชนผ่านร่าง.
www.facebook.com/thestandardth/photos/a.1725541161072102/3057633811196157

จากการศึกษาข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคม ในประเด็น #ม็อบสมรสเท่าเทียม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์ม Facebook พบว่า การนำเสนอข่าวมีมิติในแง่ของการติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงจุดเหตุการณ์ที่สำคัญ จนถึงการเกิดความเคลื่อนไหวต่าง ๆ และนำเสนอความคืบหน้าของความพยายามผลักดันร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ว่ากำลังดำเนินการอยู่ที่ขั้นตอนใด รวมถึงเชิญชวนเข้าร่วมเข้ากระบวนการที่จะเป็นผลต่อการเร่งผลักดันประเด็น #สมรสเท่าเทียม ให้เกิดขึ้นได้

ทั้งนี้การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สร้างความตื่นรู้และความสนใจให้กับผู้คนต่อประเด็นการเรียกร้อง #สมรสเท่าเทียม มักปรากฏผ่านรูปแบบการสรุปภาพรวมสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นช่วงเวลาหรือมีประเด็นที่สำคัญ ไม่ได้ถูกนำเสนออย่างทันทีทันใดเหมือนกับแพลตฟอร์ม Twitter ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเพจที่โพสต์ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม Facebook บางส่วนจะเล่าเรื่องราวที่ค่อนข้างสั้น กระชับ ได้ใจความสำคัญ แต่ก็มีบางส่วนที่เล่าเรื่องราวในลักษณะบทความยาวอย่างละเอียดด้วยเช่นกัน รวมถึงลงช่องทางลิงก์ที่สามารถติดตามอ่านข้อมูลเพิ่มได้เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของสำนักสื่อออนไลน์นั้น ๆ อีกด้วย

ในส่วนสุดท้าย พบว่า โพสต์การนำเสนอข้อมูลประเด็น #สมรสเท่าเทียม นี้ ปรากฏมาจากหลากหลายเพจบัญชีผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะทั้งบัญชีผู้ใช้งานของสื่อออนไลน์ กลุ่มภาคีนักกิจกรรมทางสังคม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคการเมือง และประชาชนทั่วไปที่ให้ความคิดเห็น กดแสดงความรู้สึกต่อโพสต์ และกดแชร์โพสต์ข้อความเพื่อให้ถูกกระจายออกไปในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยกันเอง หรือไปยังการรับรู้ของสื่อกระแสหลักให้นำประเด็นข่าวดังกล่าวหยิบยกขึ้นไปนำเสนอต่อ Facebook จึงเป็นแพลตฟอร์มสำคัญต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในยุคสมัยใหม่ที่เข้าถึงการรับรู้ประเด็นข่าวที่เกิดขึ้นได้ง่ายและกระจายข่าวสารออกไปได้อย่างรวดเร็ว

### 2.2.3 ยูทูบ (Youtube)

2.2.3.1 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษา

เริ่มแรกการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มนักศึกษาจะอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์ Twitter เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการประท้วงในระยะแรกของกลุ่มนักศึกษาเกิดขึ้นภายหลังศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยยุบพรรคอนาคตใหม่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นพรรคที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักศึกษา และนักศึกษามองว่าการกระทำเช่นนี้เป็นการละเมิดอำนาจของประชาชน ส่งผลให้ในหลาย ๆ มหาวิทยาลัยมีการจัดแฟลชม็อบขึ้น อาทิ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งการจัดแฟลชม็อบของกลุ่มนักศึกษา ส่งผลให้มีการเกิดขึ้นของแฮชแท็กของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาหลากหลายสถาบันบนสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ #ลูกพ่อขุนไม่รับใช้เผด็จการ #เกียมอุดมไม่ก้มหัวให้เผด็จการ เป็นต้น ทั้งนี้จากการเกิดขึ้นของแฟลชม็อบของกลุ่มนักศึกษาภายในรั้วมหาวิทยาลัยและบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ส่งผลให้ในระยะเวลาต่อมากลุ่มผู้ชุมนุมมีการนัดออกมาชุมนุมในเชิงทางกายภาพที่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตยตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการชุมนุมของกลุ่มนักศึกษาที่มีการดำเนินการชุมนุมมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดีสื่อกระแสหลักมีการนำเสนอข่าวบนสื่อโทรทัศน์ พร้อมทั้งได้มีการตัดคลิปข่าว

บางช่วงของการชุมนุมมานำเสนอบนแพลตฟอร์ม YouTube เพื่อให้ผู้รับสารสามารถรับชมข่าวสารย้อนหลัง รวมทั้งสามารถเพิ่มยอดวิวเพื่อสร้างรายได้ให้กับสำนักข่าวอีกด้วย ทั้งนี้ในวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 สื่อกระแสหลัก ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง 3HD ช่อง Workpoint และ ช่อง MCOT มีการนำเสนอข่าวผ่านช่องทาง YouTube โดยการตัดคลิปสั้น ๆ โดยเน้นย้ำถึง 3 ข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุมต่อรัฐบาล คือ 1) ให้รัฐบาลประกาศยุบสภา 2) หยุดคุกคามประชาชน และ 3) ร่างรัฐธรรมนูญใหม่ ส่วนสื่อใหม่อย่าง ช่อง Voice TV นำเสนอในมุมมองเหมือนกับสื่อโทรทัศน์ในเรื่อง 3 ข้อเรียกร้องของกลุ่มเยาวชนปลดแอก รวมทั้งมีการนำเสนอข่าวประมวลภาพบรรยากาศการชุมนุมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้นบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย [126] นอกจากนี้เดลินิวส์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ได้มีการขยายแพลตฟอร์มมานำเสนอข่าวผ่านช่องทางออนไลน์ โดยในช่องทาง YouTube ได้มีการถ่ายทอดสดสถานการณ์การชุมนุมของกลุ่มเยาวชนปลดแอกตลอดช่วงของการจัดกิจกรรม[127] ต่อมาภายในระยะเวลาไล่เลี่ยกันในวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เกิดกิจกรรม #วิ่งกันนะแฮมทาโร่ขึ้นบน Twitter เพื่อเชิญชวนให้มวลชนออกมาวิ่งวนรอบเขตพื้นที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พร้อมกับร้องเพลงแฮมทาโร่ มีจุดประสงค์เพื่อล้อเลียนรัฐบาล ซึ่งมวลชนที่เข้าร่วมส่วนใหญ่มาจากการติดตามบน Twitter แต่อย่างไรก็ดี สื่อกระแสหลักไม่ค่อยติดตามกิจกรรมนี้เท่าสื่อใหม่ ดังนั้นการนำเสนอผ่าน YouTube จึงมีช่อง WorkpointToday ที่เป็นช่องทางออนไลน์ของสำนักข่าว Workpoint ช่อง Voice TV The MATTER และTHE STANDARD ที่มีการนำเสนอบรรยากาศของการชุมนุมที่ผู้ชุมนุมจัดขึ้นในรูปแบบของกลุ่มผู้ชุมนุมขับร้องเพลงเพื่อล้อเลียนรัฐบาลคือ ออกมาวิ่ง วิ่งนะวิ่งนะแฮมทาโร่ ตื่นออกจากรัง วิ่งนะวิ่งนะแฮมทาโร่ ของอร่อยที่สุดก็คือภาษีประชาชน (ยุบสภา)[128] ในระยะเวลาต่อมาใน เพจ Facebook กลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมได้มีการนัดหมายการชุมนุมอีกครั้งในวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2563 ผ่านแฮชแท็ก #ธรรมศาสตร์จะไม่ทน ซึ่งการจัดกิจกรรมในครั้งนี้สื่อกระแสหลักได้มีการนำเสนอผ่าน YouTube ได้แก่ WorkpointToday ที่เป็นช่องทางออนไลน์ของสำนักข่าวWorkpoint โดยมีการนำเสนอบรรยากาศของการชุมนุมที่ผู้ชุมนุมจัดขึ้นเป็นคลิปช่วงสั้น ๆ[129] ส่วนสำนักข่าวมติชนได้นำเสนอข่าวประมวลภาพบรรยากาศของการชุมนุมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น ซึ่งการนำเสนอข่าวการชุมนุมในวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2563 ผ่านช่องทาง YouTube ของสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่มีการนำเสนอเหมือนกัน อย่างไรก็ตาม การชุมนุมวันที่ 19 กันยายน

---

[126] Voice TV. (2563, 18 กรกฎาคม). Overview ประจำวันที่ 18 กรกฎาคม 2563. www.youtube.com/watch?v=e_v26cLZOmA&list=LL&index=88&t=579s

[127] เดลินิวส์. (2563, 18 กรกฎาคม). LIVE สด สนท.-เยาวชนปลดแอก นัดชุมนุมใหญ่ ณ อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย. www.youtube.com/watch?v=oUoHRAUux00&list=LL&index=87

[128] เวิร์คพอยท์ทูเดย์. (2563, 27 กรกฎาคม). สรุปบรรยากาศการชุมนุม. www.youtube.com/watch?v=Z0sj_KNXM-4 Voice TV. (2563, 27 กรกฎาคม). Wake Up Thailand - 'แฮมทาโร่' กระหึ่ม! 'กองทัพแฮมสเตอร์' พลังบริสุทธิ์ไล่เผด็จการ. www.youtube.com/watch?v=2nrnW1IfgPo The MATTER. (2563, 26 กรกฎาคม). บรรยากาศม็อบ 'วิ่งกันนะแฮมทาโร่'. www.youtube.com/watch?v=tkm2WVW8pYQ และTHE STANDARD. (2563, 26 กรกฎาคม). บรรยากาศกิจกรรม #วิ่งกันนะแฮมทาโร่ หน้าอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย. www.youtube.com/watch?v=NbB93CB8cnM

[129] เวิร์คพอยท์ทูเดย์. (2563, 10 สิงหาคม). บรรยากาศการชุมนุม #ธรรมศาสตร์จะไม่ทน. www.youtube.com/watch?v=7AWtk32-a6U&t=15s

พ.ศ. 2563 กลุ่มนักศึกษาจัดการชุมนุมในหัวข้อ 19 กันยาทวงอำนาจคืนราษฎรขึ้นที่สนามหลวง สื่อโทรทัศน์อย่าง ช่อง ThaiPBS และช่องไทยรัฐทีวี มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมในช่องทาง YouTube โดยมีการนำเสนอบรรยากาศการชุมนุมและกิจกรรมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น ณ บริเวณท้องสนามหลวง ส่วน THE STANDARD นำเสนอข่าวประมวลภาพบรรยากาศของการชุมนุมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น ทั้งนี้ในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2563 ที่มีการจัดกิจกรรมภายใต้ชื่อเดียวกันคือ 19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ซึ่งเป็นกิจกรรมการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ของกลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมบริเวณสนามหลวง โดยสื่อโทรทัศน์มีการนำเสนอโดยการประมวลภาพกิจกรรมการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ของกลุ่มผู้ชุมนุมในช่องทาง YouTube ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี และ ช่อง 3HD ส่วนสื่อใหม่มีการนำเสนอที่แตกต่างจากสื่อโทรทัศน์ โดยสำนักข่าวมติชนมีการนำเสนอข่าวโดยการถ่ายทอดสดสถานการณ์การชุมนุมในการทำกิจกรรมปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ลงบนพื้นที่สนามหลวงของกลุ่มผู้ชุมนุม[130]

การชุมนุมในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถือเป็นวันสำคัญทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นวันครบรอบเหตุการณ์การปราบผู้ชุมนุมในช่วงรัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจร ส่งผลให้ถือได้ว่าวันนี้เป็นการชุมนุมใหญ่ ซึ่งสำนักข่าวหลายช่อง มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์ โดยช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง WorkpointToday และมิติชน มีการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง YouTube โดยนำเสนอภาพบรรยากาศการสถานการณ์การชุมนุมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น ต่อมาการชุมนุมในวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถือได้ว่าเป็นการชุมนุมครั้งสำคัญ เนื่องจากกลุ่มคณะราษฎรนัดชุมนุมที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ก่อนเคลื่อนไปยังทำเนียบรัฐบาลเพื่อยื่นข้อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง สื่อโทรทัศน์จึงมีการติดตามสถานการณ์การชุมนุมอย่างใกล้ชิดผ่านการถ่ายทอดสดการชุมนุมบนช่องทาง YouTube ของสำนักข่าว ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี และช่องอมรินทร์ทีวี ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าว ช่อง Voice TV อีจัน มติชน มีการนำเสนอข่าวโดยติดตามสถานการณ์การชุมนุมเช่นเดียวกันกับสื่อกระแสหลัก นอกจากนี้ในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มผู้ชุมนุมเดินขบวนจากแยกสามย่านไปยังสถานเอกอัครราชทูตเยอรมนีเพื่อยื่นหนังสือสอบถามเกี่ยวกับการใช้พระราชอำนาจและการประทับในรัฐบาวาเรีย ประเทศเยอรมนี ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 10 สื่อที่มีการเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมและมีการนำเสนอข่าวผ่านช่องทาง YouTube ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี ช่องอมรินทร์ทีวี และ ช่อง PPTV ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าวอย่าง THE STANDARD และSpring มีการนำเสนอข่าวโดยการรายงานสดสถานการณ์ของการชุมนุมอย่างใกล้ชิดเช่นเดียวกับสื่อกระแสหลัก ทั้งนี้ การชุมนุมวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถือเป็นการชุมนุมใหญ่เช่นกัน เนื่องจากรัฐสภาลงมติไม่แก้ไขรัฐธรรมนูญหมวด 1 และหมวด 2 ปฏิเสธร่างรัฐธรรมนูญฉบับที่ iLaw ยกร่าง ส่งผลให้ผู้ชุมนุมไม่พอใจประเด็นร่างรัฐธรรมนูญจึงจัดชุมนุมที่แยกราชประสงค์ ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้สื่อโทรทัศน์จึงมีการเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมอย่างใกล้ชิดผ่านการถ่ายทอดสดการชุมนุมผ่าน

---

[130] มติชน. (2563, 20 กันยายน). Live : แกนนำม็อบทำพิธี ปักหมุดคณะราษฎร หมุดที่ 2 ลงบนพื้นที่สนามหลวง. www.youtube.com/watch?v=sm15k9qL-GI&list=LL&index=10

ช่องทาง YouTube ของสำนักข่าว ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี และช่องอมรินทร์ทีวี ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าวอย่าง THE STANDARD ช่องVoice TV และSpring ได้มีการนำเสนอข่าวโดยการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์ของการชุมนุมอย่างใกล้ชิดเช่นเดียวกับสื่อกระแสหลัก อย่างไรก็ดี ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2563 วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มนักศึกษาได้จัดกิจกรรม ยกเลิก 112 สิแล้วเราจะเล่าให้ฟัง ซึ่งเป็นการชุมนุมเป็นครั้งสุดท้ายของปี พ.ศ. 2563 กลุ่มผู้ชุมนุมมีจำนวนลดน้อยลง เนื่องจากแกนนำหลายรายถูกดำเนินคดีในหลายข้อหา ส่งผลให้สื่อโทรทัศน์นำเสนอข่าวจากการตัดบางช่วงของการชุมนุมมานำเสนอข่าวและตัดคลิปสั้นลงช่องทาง YouTube ซึ่งสื่อโทรทัศน์ที่ยังคงมีการนำเสนอข่าวของกลุ่มผู้ชุมนุม ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี และ ช่อง PPTV ที่ยังคงติดตามสถานการณ์การชุมนุมครั้งสุดท้ายในช่วงปลายปี พ.ศ. 2563[131] ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าว ช่อง Voice TV นำเสนอข่าวเป็นการประมวลภาพบรรยากาศการชุมนุมและกิจกรรมที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น โดยสรุปจากการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาของสื่อโทรทัศน์ผ่านช่องทาง YouTube ของสำนักข่าวได้มีการนำเสนอที่คล้ายคลึงกับช่องทางโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อกระแสหลักแม้จะขยายช่องทางมาสู่ออนไลน์แต่การนำเสนอข่าวยังคงยึดหลักเกณฑ์ กฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ของการนำเสนอเนื้อหา ส่วนสื่อใหม่ที่นำเสนอผ่านทาง YouTube จะนำเสนอข่าวที่อิสระต่อการนำเสนอสถานการณ์การชุมนุม ณ ขณะนั้น โดยไม่มีการตัดต่อคลิปนำเสนอ สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านช่องทาง YouTube ได้ ดังนี้

ภาพที่ 84 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาโดยสื่อใหม่ Youtube

---

[131] ไทยพีบีเอส. (2563, 10 ธันวาคม). แนวร่วมการชุมนุมเรียกร้องยกเลิก ม .112. www.youtube.com/watch?v=O2uz0o6bjJA ไทยรัฐทีวี. (2563, 10 ธันวาคม). แกนนำราษฎร จี้ยกเลิกมาตรา 112. www.youtube.com/watch?v=RNaO7x4MYnk และพีพีทีวี. (2563, 10 ธันวาคม). ชุมนุม 3 จุด วันรัฐธรรมนูญ. www.youtube.com/watch?v=_S3T0H5B4r0

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดปรากฏการณ์นักเรียนมัธยมชูสามนิ้วและติดโบขาวต้านเผด็จการ มีจุดประสงค์เรียกร้องให้นายณัฏฐพล ทีปสุวรรณ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ลาออกจากตำแหน่ง ซึ่งมีทั้งสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ได้มีการนำเสนอข่าวของม็อบนักเรียนในหลากหลายแง่มุม ทั้งนี้ ช่อง ThaiPBS ในช่องทาง YouTube ได้มีการเชิญแกนนำมาร่วมพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติในการออกมาชุมนุมของกลุ่มนักเรียน ซึ่งแกนนำต้องการให้ผู้ใหญ่เปิดใจรับฟังถึงปัญหาที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียน ความต้องการของนักเรียน รับฟังเสียงของนักเรียนให้เท่ากับเสียงของผู้ใหญ่[132] อย่างไรก็ดีการชุมนุมในเชิงกายภาพของกลุ่มนักเรียนภายใต้ชื่อนักเรียนเลวได้เริ่มต้นขึ้นในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2563 ทั้งนี้สำหรับข้อเรียกร้องของกลุ่มนักเรียนเลวคือการเหลื่อมล้ำของการศึกษา และการละเมิดสิทธิในร่างกาย สื่อโทรทัศน์ที่นำเสนอข่าวผ่านช่องทาง YouTube จะนำเสนอเป็นการตัดเป็นข่าวสั้นมานำเสนอ ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง 3HD และช่องไทยรัฐทีวี นอกจากนี้ ช่อง WorkpointToday ที่เป็นช่องทางออนไลน์ของสำนักข่าว Workpoint มีการสัมภาษณ์แกนนำของกลุ่มนักเรียนเลวถึงข้อเรียกร้องและปัญหาที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียน อาทิ ปัญหา การละเมิดสิทธินักเรียน หลักสูตร และปัญหาเชิงโครงสร้างของระบบการศึกษา เป็นต้น[133] ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าวมติชนยังนำเสนอการชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลวโดยการประมวลภาพเหตุการณ์การชุมนุม ตัดเป็นคลิปสั้นผ่านทาง YouTube ส่วนการนำเสนอของ THE STANDARD จะเป็นการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมตลอดช่วงของการจัดกิจกรรมผ่านทางYouTube นอกจากนี้ ทาง THE STANDARD ได้สัมภาษณ์แกนนำของกลุ่มนักเรียนเลวถึงที่มาของกลุ่มคือ นักเรียนที่ผิดพลาดจากระบบการศึกษาที่แสนดี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่ได้ปฏิบัติตามกรอบที่ผู้ใหญ่มองว่าควรจะเป็น รวมทั้งเปิดใจถึงปัญหาของระบบการศึกษาอีกด้วย[134] ทั้งนี้ในระยะเวลาต่อมากลุ่มนักเรียนเลวได้มีการจัดการชุมนุมครั้งใหญ่ภายใต้ชื่อ บ๊ายบายไดโนเสาร์ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ที่บริเวณใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สื่อโทรทัศน์หลายช่องได้ติดตามสถานการณ์การชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลวและได้มานำเสนอข่าวผ่านช่องทาง YouTube ซึ่งรูปแบบการนำเสนอยังคงนำเนื้อหาจากสื่อโทรทัศน์มาลงใน YouTube ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 3HD ช่อง Workpoint และ ช่อง NationTV ซึ่งแต่ละช่องมีการนำเสนอข่าวของกลุ่มนักเรียนเลวในมุมมองที่แตกต่างกัน ช่อง ThaiPBS มีการให้พื้นที่สื่อแก่ผู้ชุมนุมแสดงความคิดเห็นผ่านการสัมภาษณ์ผู้ที่เข้าร่วมการชุมนุม และสรุปความคิดเห็นของผู้ชุมนุมว่ากระทรวงศึกษาธิการตอบสนองไม่ตรงจุดข้อเรียกร้อง จึงจำเป็นที่จะต้องยกระดับ

---

[132] ไทยพีบีเอส. (2563, 18 สิงหาคม). ปรากฏการณ์ “ชู 3 นิ้ว” เด็กมัธยม “แสดงออก” การเมือง : ตอบโจทย์. www.youtube.com/watch?v=I7bTUPVgEYE&list=LL&index=69&t=909s

[133] เวิร์คพอยท์ทูเดย์. (2563, 25 สิงหาคม). สัมภาษณ์กลุ่ม "นักเรียนเลว" ฟังเยาวชน-คนรุ่นใหม่ แกนนำผู้ชุมนุม. www.youtube.com/watch?v=aehXXEMWG-w&list=LL&index=30

[134] THE STANDARD. (2563, 21 สิงหาคม). รู้จัก 'นักเรียนเลว'กลุ่มเคลื่อนไหวจากความคับข้องใจของเด็กมัธยม. www.youtube.com/watch?v=zB8yLb_ngww&list=LL&index=31

การชุมนุมเป็นการเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง[135] ส่วนช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 3HD ช่อง Workpoint และ ช่อง NationTV มีการนำเสนอข่าวสั้น โดยสรุปภาพรวมของการจัดกิจกรรมและบรรยากาศในการชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลว ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าว Voice TV ได้มีการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุมตลอดช่วงของการจัดกิจกรรมของกลุ่มนักเรียนเลวผ่านทาง YouTube รวมทั้งได้มีการสรุปใจความของการชุมนุมว่าแกนสำคัญคือ ไม่ต้องการให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรี เพราะเป็นสัญลักษณ์ของการขัดขวางประชาธิปไตยหรือการปฏิรูปประเทศ[136] นอกจากนี้ในช่วงของปลายปี พ.ศ. 2563 กลุ่มนักเรียนเลวได้มีการจัดกิจกรรมนัดแต่งชุดไปรเวทไปโรงเรียนในวันเปิดภาคเรียนพร้อมทั้งมีการนัดชุมนุมที่บริเวณหน้ากระทรวงศึกษาธิการในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2563 เพื่อเสนอให้กระทรวงยกเลิกระเบียบบังคับใส่ชุดนักเรียน ซึ่งเป็นกิจกรรมส่งท้ายปีกิจกรรมสุดท้ายของกลุ่มนักเรียนเลว สื่อโทรทัศน์ได้มีการนำเสนอผ่านช่องทาง YouTube เป็นข่าวสั้น ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องอมรินทร์ทีวี และช่องไทยรัฐทีวี ส่วนสื่อใหม่ในช่องทาง YouTube ได้นำเสนอข่าวการชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลวในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ได้แก่ สำนักข่าวประชาไท และมติชน ซึ่งมีการนำเสนอข่าวโดยการเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมและกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ชุมนุมตลอดช่วงการจัดกิจกรรม ซึ่งจะแตกต่างจากสื่อกระแสหลักที่นำเสนอ บางช่วงของการชุมนุมเท่านั้น สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านช่องทาง YouTube ได้ ดังนี้

ภาพที่ 85 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียนโดยสื่อใหม่ Youtube

[135] ไทยพีบีเอส. (2563, 23 พฤศจิกายน). รื้อปม (ม็อบนักเรียนเลว) ทางออกอนาคตพลเมือง : พลิกปมข่าว. www.youtube.com/watch?v=EvhA94zCmrY&list=LL&index=52&t=124s

[136] Voice TV. (2563, 21 พฤศจิกายน). บรรยากาศกิจกรรม #บ๊ายบายไดโนเสาร์ โดยกลุ่ม #นักเรียนเลว. www.youtube.com/watch?v=AdxSuGEX5Ag&list=LL&index=8

3) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะ

เหตุการณ์การชุมนุมโดยกลุ่มการเคลื่อนไหวของกลุ่มอาชีวะในช่วงปี 2563-2564 ภายใต้ชื่อ ม็อบดินแดง กลุ่มทะลุแก๊ส จากปัญหาทางเศรษฐกิจจากผลกระทบโควิด-19 การเข้าไม่ถึงสวัสดิการขั้นพื้นฐานของรัฐ ด้วยสาเหตุเหล่านี้ส่งผลให้ขาดการเชื่อมั่นต่อการบริหารงานของนายกรัฐมนตรี จึงออกมาชุมนุมเพื่อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง ทำให้สื่อต่าง ๆ หันมาให้ความสนใจกับการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะ เนื่องจากเป็นการชุมนุมที่แตกต่างจากการชุมนุมของกลุ่มนักศึกษาอย่างสิ้นเชิง โดยเน้นความรุนแรง การเผชิญหน้ากับเจ้าหน้าที่ด้วยอาวุธต่าง ๆ ส่งผลให้สื่อโทรทัศน์และสื่อใหม่ได้เกาะติดสถานการณ์การชุมนุมอย่างต่อเนื่อง นำเสนอข่าวผ่านการตัดคลิปสั้นเป็นการประมวลภาพการปะทะกันระหว่างกลุ่มผู้ชุมนุมและเจ้าหน้าที่ควบคุมฝูงชนผ่านช่องทาง YouTube ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง NBT ช่องททบ.5 ช่องอมรินทร์ทีวี ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง NationTV ช่อง PPTV ช่อง 3HD และ ช่อง One31 ซึ่งช่อง ThaiPBS ได้ให้พื้นที่สื่อในการสัมภาษณ์ความเห็นของกลุ่มผู้ชุมนุมอีกด้วย ซึ่งเป็นเสียงสะท้อนของกลุ่มผู้ชุมนุมถึงสาเหตุที่ออกมาชุมนุม เพราะปัญหาสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำที่มาจากการบริหารงานของรัฐบาล จึงมีความต้องการเรียกร้องให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีต้องลาออกจากตำแหน่ง[137] ส่วนสื่อใหม่จะนำเสนอภาพบรรยากาศการชุมนุมที่กลุ่มผู้ชุมนุมมีการปะทะกับเจ้าหน้าที่โดยนำเสนอ การถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง YouTube โดยไม่ได้ตัดเป็นคลิปเหมือนกับสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ ช่อง Voice TV และ THE STANDARD นอกจากนี้สื่อใหม่อย่าง THE STANDARD มีการนำเสนอข่าวที่แตกต่างจากสื่อโทรทัศน์คือ มีการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชุมนุมถึงสาเหตุของความรุนแรงที่เกิดขึ้นเพื่อให้ประชาชนทั่วไปเกิดความเข้าใจกลุ่มผู้ชุมนุมมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้ชุมนุมกล่าวว่า พวกเขาไม่สนข้อเรียกร้อง สิ่งที่เขาต้องทำคือต้องสู้เพื่อความอยู่รอด สู้เพื่อชีวิตที่ดีกว่าในปัจจุบัน นอกจากนี้ทาง THE STANDARD ยังได้มีการสัมภาษณ์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกรัตน์ เลิศชูสกุล อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้มุมมองว่ากลุ่มนักศึกษาที่ทำการชุมนุมปีที่แล้วเป็นลูกหลานชนชั้นกลาง แต่กลุ่มผู้ชุมนุมที่ดินแดงเป็นลูกหลานของคนจนในเมือง ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย อาทิ การศึกษา โอกาส เศรษฐกิจ การเมือง กลุ่มผู้ชุมนุมปีที่แล้วกล่าวถึงความฝันในโลกของอนาคตที่พวกเขาอยากจะให้เป็น แต่ม็อบดินแดงมาชุมนุมเพื่อจุดมุ่งหมายชีวิตที่ดีกว่าในปัจจุบัน ดังนั้นสิ่งที่ต้องการคือการให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง เพราะการเปลี่ยนแปลงผู้นำอาจจะทำให้ชีวิตของพวกเขาดีขึ้น และวิธีที่พวกเขาเลือกจะแสดงออกคือวัฒนธรรมความรุนแรงที่พวกเขาคุ้นชิน[138] จากการนำเสนอข่าวของสื่อกระแสหลักผ่านช่องทาง YouTube พบว่ามีการนำเสนอข่าวคล้ายคลึงกับช่องทางโทรทัศน์ ส่วนสื่อใหม่ได้นำเสนอข่าวการชุมนุมแบบถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์ของการชุมนุม รวมทั้งมีการนำเสนอในแง่มุมที่พยายามจะทำความเข้าใจกลุ่มผู้ชุมนุมถึงสาเหตุของความรุนแรงผ่านการสัมภาษณ์ผู้ชุมนุมและอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งจะแตกต่างจากการนำเสนอของสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักที่เน้นการนำเสนอประมวลภาพการชุมนุมเท่านั้น สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านช่องทาง YouTubeได้ ดังนี้

---

[137] ไทยพีบีเอส. (2564, 19 สิงหาคม). 19.07 น. ชุมนุมแยกดินแดง ต่อเนื่อง 1 สัปดาห์. www.youtube.com/watch?v=KQYvGbSwM0E

[138] THE STANDARD. (2564, 6 ตุลาคม). ม็อบดินแดง ทำไมต้องรุนแรง?. www.youtube.com/watch?v=czVEnjXQ424

ภาพที่ 86 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะโดยสื่อใหม่ Youtube

4) การเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาลและกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมทางด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดกลุ่มผู้ชุมนุมที่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการเรียกร้องของกลุ่มนักศึกษาได้แก่ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลและฝ่ายที่ออกมาปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ อย่างไรก็ดี ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลมีการจัดกิจกรรมเดินเชียร์ลุงขึ้น เพื่อแสดงออกถึงการสนับสนุนรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทั้งนี้ สื่อโทรทัศน์ได้มีการนำเสนอข่าวผ่านช่องทาง YouTube เป็นข่าวสั้นตัดมาบางช่วงของการชุมนุม ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง NBT ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง PPTV ช่อง 3HD และ ช่อง One31 ซึ่งเนื้อหาจะคล้ายคลึงกับเนื้อหาที่ออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าวประชาไท มีการสัมภาษณ์ผู้ชุมนุมที่มาร่วมเดินเชียร์ลุง โดยผู้ชุมนุมกล่าวว่า ตั้งใจมาร่วมงานเพื่อแสดงพลังให้เห็นว่ายังมีคนจำนวนมากที่ยังคงสนับสนุนการบริหารงานของรัฐบาล รวมทั้งยังกล่าวชื่นชมรัฐบาลชุดนี้ว่าตั้งใจทำงาน[139] นอกจากนี้ สำนักข่าวมติชนยังได้นำเสนอข่าวเป็นการประมวลภาพบรรยากาศของการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมเดินเชียร์ลุง[140] ส่วนกลุ่มผู้ชุมนุมอีกกลุ่มเป็นกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ ได้แก่ กลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันที่ออกมาเคลื่อนไหวการชุมนุมในเชิงกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะ โดยนัดรวมตัวที่ อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยเพื่อแสดงออกในลักษณะที่ไม่เห็นด้วยกับกลุ่มนักศึกษาและต้องการให้หยุดจาบจ้วงและหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งช่องทาง YouTube ของสำนักข่าวที่มีการนำเสนอข่าวกลุ่มผู้ชุมนุมศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันจะเป็นการนำเสนอข่าวสั้นแบบสรุปภาพรวมของกลุ่มผู้ชุมนุม ได้แก่ ช่อง NBT ช่องอมรินทร์ทีวี[141] ส่วนสื่อใหม่สำนัก

[139] ประชาไท. (2563, 12 มกราคม). ฟังเหตุผล "เดินเชียร์ลุง" เพราะรัฐบาลตั้งใจทำงานดี. www.youtube.com/watch?v=PS9F21KicjM

[140] มติชน. (2563, 12 มกราคม). เสียงไชโยนับหมื่น "เดินเชียร์ลุง"! กระหึ่มสวนลุมพินี. www.youtube.com/watch?v=0Z8qluVuolk

[141] NBT. (2563, 8 พฤศจิกายน). กลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบัน (ศปปส.) ยุติการชุมนุม. www.youtube.com/watch?v=XwDmCkJ0zyg และอมรินทร์ทีวี. (2563, 8 พฤศจิกายน). กลุ่ม ศปปส.เฝ้าสังเกตการณ์คณะราษฎรชุมนุม. www.youtube.com/watch?v=i0EhfxJqUeI

ข่าวประชาไทได้นำเสนอข่าวแตกต่างจากสื่อโทรทัศน์โดยนำเสนอประมวลภาพของการชุมนุมและการปราศรัยของกลุ่มผู้ชุมนุมที่ต้องการปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์[142] นอกจากนี้กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบันได้มีการจัดการชุมนุมและมีแนวทางเช่นเดียวกันกับกลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันคือต้องการให้กลุ่มนักศึกษาหยุดจาบจ้วงและดูหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งทางกลุ่มได้มีการจัดกิจกรรมการชุมนุมในลักษณะกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะแยกราชประสงค์ โดยสื่อโทรทัศน์ได้มีการนำเสนอข่าวสั้นแบบสรุปภาพรวมของกลุ่มผู้ชุมนุมผ่านช่องทาง YouTube ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องททบ.5 ช่อง NBT[143] การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ผ่านช่องทาง YouTube ได้มีการนำเสนอที่คล้ายคลึงกับช่องทางโทรทัศน์ เนื่องจากไม่ได้มีการนำเสนอเนื้อหาใหม่แต่เป็นการนำเนื้อหาบนสื่อโทรทัศน์มาลงบนสื่อออนไลน์ผ่านช่องทาง YouTube ส่วนสื่อใหม่ได้มีการนำเสนอข่าวโดยการประมวลภาพบรรยากาศการชุมนุม ซึ่งมติชนได้นำเสนอบางช่วงของการชุมนุมเหมือนสื่อโทรทัศน์ แต่ช่อง Voice TV จะนำเสนอการชุมนุมแบบติดตามสถานการณ์ตลอดช่วงของการชุมนุม[144] สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านช่องทาง YouTube ได้ ดังนี้

ภาพที่ 87 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาล
และกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์โดยสื่อใหม่ Youtube

[142] ประชาไท. (2563, 8 พฤศจิกายน). ศปปส.ปักหลักจับตาผู้ชุมนุมคณะราษฎร. www.youtube.com/watch?v=WjthuNf2_GE

[143] ไทยพีบีเอส. (2564, 6 มีนาคม). "อาชีวะปกป้องสถาบัน" ยุติชุมนุมหน้าเซ็นทรัลเวิลด์. www.youtube.com/watch?v=I6dCjt-T0UM. ททบ. 5. (2564, 7 มีนาคม). กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบัน รวมตัวชุมนุมที่แยกราชประสงค์. www.youtube.com/watch?v=PPXq-edOzzA. NBT. (2564, 7 มีนาคม). กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบัน นัดชุมนุมแยกราชประสงค์. www.youtube.com/watch?v=6X7OdpJdC_8

[144] มติชน. (2564, 6 มีนาคม). กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบันฯ รวมพลแถลงการณ์ หน้าเซ็นทรัลเวิลด์. www.youtube.com/watch?v=v7HGL8t2alc และ Voice TV. (2564, 6 มีนาคม). กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบัน รวมพลสี่แยกราชประสงค์ (ฝั่งเซ็นทรัลเวิลด์). www.youtube.com/watch?v=AiOwwrVHLaE

2.2.3.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มรถบรรทุก

น้ำมันแพงเป็นผลสืบเนื่องมาจากสถานการณ์ราคาน้ำมันตลาดโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น เพราะเกิดจากความต้องการใช้พลังงานทั่วโลกเพิ่มขึ้นภายหลังเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิด-19 อีกทั้งมีปัจจัยค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง จึงส่งผลกระทบต่อราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศไทย[145] ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการเกิดขึ้นของกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่มีการนัดรวมตัวกันจัดกิจกรรม Truck Power เพื่อเสนอข้อเรียกร้องต่อรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาราคาน้ำมัน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ขอตรึงราคาน้ำมันดีเซล 25 บาทต่อลิตรเป็นเวลา 1 ปี 2) ลดภาษีสรรพสามิตลง 5 บาทต่อลิตรเป็นระยะเวลา 1 ปี และ 3) ยกเลิกการเก็บเงินเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นเวลา 1 ปี[146] อย่างไรก็ดีในระยะแรกของการเกิดม็อบรถบรรทุกคือวันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2564 สื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักได้มีการนำเสนอข่าวทั้งทางโทรทัศน์ เว็บไซต์สำนักข่าว และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักที่มีการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกผ่านทาง YouTube จะเป็นการตัดคลิปจากสื่อบนโทรทัศน์มารายงานซ้ำ ซึ่งเนื้อหาจะคล้ายคลึงกัน ได้แก่ ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 3HD ช่อง MCOT นำเสนอข่าวของม็อบรถบรรทุกที่เน้นการนำเสนอข่าวในเรื่องของเส้นทางที่ม็อบรถบรรทุกจะเคลื่อนขบวนไปทั้งหมด 6 เส้นทาง ได้แก่ 1) ถนนพระรามสองเชื่อมต่อกาญจนาภิเษก 2) ถนนบรมราชชนนีเชื่อมต่อถนนกาญจนาภิเษก 3) ถนนสายเอเชียเชื่อมต่อบางปะอินจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) ถนนบางนาตราดเชื่อมต่อกาญจนาภิเษก ฝั่งตะวันตก (บางพลี) จังหวัดสมุทรปราการ 5) ถนนสุขุมวิท อ.ศรีราชา จังหวัดชลบุรี เชื่อมต่อถนนหมายเลข 7 มอเตอร์เวย์แหลมฉบัง 6) ถนนรอบเมืองจังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งเน้นถึง 3 ข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุกที่ต้องการให้รัฐบาลช่วยแก้ไขปัญหาราคาน้ำมัน[147] นอกจากนี้สื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักช่อง PPTV ช่อง 7HD ช่อง NBT และช่องอมรินทร์ทีวีก็มีการนำเสนอข่าวเพิ่มเติมจากช่องอื่น ในแง่มุมของการให้พื้นที่สื่อในการสัมภาษณ์บุคคลที่สนับสนุนม็อบรถบรรทุกในการออกมาเรียกร้องต่อรัฐบาล ซึ่งช่อง PPTV และ ช่อง 7HD ได้สัมภาษณ์นายอภิชาติ ไพรรุ่งเรือง ประธานสหพันธ์การขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย[148] ช่อง NBT ได้สัมภาษณ์นายชินพัฒน์ จารุวิทยานันท์ รองนายกสมาคมขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ไทย[149] และช่องอมรินทร์ทีวีสัมภาษณ์ประชาชน

---

[145] ไทยรัฐ. (2564, 21 ตุลาคม). ชวนไขข้อสงสัย "ทำไมน้ำมันแพง" ไม่ใช่แค่เมืองไทย แต่เป็นทั่วโลก. www.thairath.co.th/business/feature/2223022

[146] ไทยพีบีเอส. (2564, 19 ตุลาคม). 6 เส้นทาง รถบรรทุกเคลื่อนพล 10 โมง ร้องรัฐตรึงราคาดีเซล. www.news.thaipbs.or.th/content/308759

[147]ไทยรัฐทีวี. (2564, 19 ตุลาคม). รถบรรทุกเคลื่อนขบวน จี้ตรึงดีเซล25บ./ลิตร. www.youtube.com/watch?v=n4Vkwq6wHf8 เรื่องเล่าเช้านี้. (2564, 19 ตุลาคม). ม็อบรถบรรทุก รวมพลัง 4 ถนนสายหลัก กดดันรัฐบาลตรึงดีเซล 25 บาท. www.youtube.com/watch?v=SUDhaXz04xA และ MCOT. (2564, 19 ตุลาคม). ถบรรทุกแสดงพลัง!! เรียกร้องรัฐ "ตรึงราคาดีเซล" 25 บาท/ลิตร. www.youtube.com/watch?v=mPLnpUrfFeM

[148] พีพีทีวี. (2564, 19 ตุลาคม). ม็อบรถบรรทุก จี้รัฐบาลตรึงราคาน้ำมันดีเซล. www.youtube.com/watch?v=DQJynAFfHAQ&list=LL&index=13&t=7s และช่อง7. (2564, 20 ตุลาคม). ตีตรงจุด : ขนส่งจ่ออัมพาต หลังรัฐปฏิเสธตรึงดีเซล 25 บาท. www.youtube.com/watch?v=9ESLl_XxhyM&list=LL&index=7

[149] NBT. (2564, 19 ตุลาคม). กลุ่มรถบรรทุกจัดคาราวานรวมพลังเรียกร้องรัฐตรึงราคาดีเซล. www.youtube.com/watch?v=1qqp3lj06q8

ทั่วไปที่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันแพง [150] ส่วนสื่อใหม่ได้มีการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกผ่านช่องทาง YouTube เช่นเดียวกันกับสื่อกระแสหลัก ได้แก่ มติชน ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ขยายแพลตฟอร์มมาสู่สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาจึงคล้ายคลึงกับสื่อกระแสหลัก คือ เน้นย้ำเรื่องเส้นทางที่ม็อบรถบรรทุกจะเคลื่อนขบวนไปทั้งหมด 6 เส้นทาง รวมทั้ง 3 ข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุก[151] ส่วนวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 สื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักที่ยังคงเกาะติดสถานการณ์การชุมนุมของม็อบรถบรรทุกที่ออกมาเคลื่อนไหวในระยะที่ 2 ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่อง MCOT ช่องไทยรัฐทีวี ซึ่งสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักยังคงนำเสนอข่าวผ่านทาง YouTube จะเป็นการตัดคลิปจากสื่อบนโทรทัศน์มารายงานซ้ำ ซึ่งเนื้อหาจะคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ดีสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักได้เน้นการนำเสนอข่าวบรรยายสถานการณ์การชุมนุม และเน้นย้ำเรื่องข้อเรียกร้อง 3 ข้อของกลุ่มม็อบรถบรรทุก ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าวประชาไทมีการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกผ่านช่องทาง YouTube โดยเนื้อหาที่นำเสนอจะเป็นประมวลภาพบรรยากาศการชุมนุมของกลุ่มม็อบรถบรรทุก พร้อมทั้งมีการพาดหัวข้อข่าวสั้น ๆ ถึงสิ่งที่ม็อบรถบรรทุกเรียกร้องคือขอตรึงราคาน้ำมันดีเซล 25 บาท[152] ทั้งนี้ จากการที่รัฐบาลไม่ตอบสนองข้อเรียกร้องของม็อบรถบรรทุกส่งผลให้ม็อบรถบรรทุกมีการยกระดับการชุมนุมขึ้น ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 โดยสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักในหลายช่องให้ความสนใจในการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุก เนื่องจากม็อบในครั้งนี้ไม่ได้มีแต่ม็อบรถบรรทุกเท่านั้นแต่มีกลุ่มแท็กซี่เข้ามาร่วมการชุมนุมด้วย เพราะประสบปัญหาสภาวะราคาพลังงานของ NGV-LPG มีการปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน สื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักที่มีการนำเสนอม็อบรถบรรทุกผ่านทาง YouTube ได้แก่ ช่อง ThaiPBS ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง GMM25 ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง 3HD ช่อง NationTV ซึ่งสื่อดังกล่าวข้างต้นได้นำเสนอข่าวของม็อบรถบรรทุก โดยการตัดเป็นข่าวสั้นเน้นการนำเสนอข่าวการสัมภาษณ์นายอภิชาติ ไพรรุ่งเรือง ประธานสหพันธ์การขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย ที่ยังคงเน้นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากราคาน้ำมันแพงของกลุ่มม็อบรถบรรทุกและยังคงต้องการให้รัฐบาลรับฟัง 3 ข้อเรียกร้องที่เคยนำเสนอไป นอกจากนี้สื่อกระแสหลักอย่าง ช่อง WorkpointToday ที่เป็นช่องรายการทาง YouTube ของสำนักข่าว Workpoint มีการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชุมนุม โดยกลุ่มผู้ชุมนุมได้กล่าวถึงปัญหาราคาน้ำมันแพงที่มีผลกระทบต่อการประกอบอาชีพ พร้อมทั้งเน้นย้ำให้นายสุพัฒนพงษ์ พันธ์มีเชาว์ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานลาออกจากตำแหน่ง[153] ส่วนช่อง NationTV และช่องอมรินทร์ทีวีได้มีการนำเสนอข่าวในแง่มุมของการให้พื้นที่สื่อในการสัมภาษณ์นายวิทูรย์ แนวพานิช นายกสมาคมการค้าเครือข่ายแท็กซี่ไทย ที่เน้นถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มแท็กซี่ที่อยากให้รัฐบาลช่วยเหลือราคา

---

[150] อมริทร์ทีวี. (2564, 20 ตุลาคม). ม็อบรถบรรทุกพันคันประท้วงน้ำมันแพง.
www.youtube.com/watch?v=lbcwsalNoBw&list=LL&index=6

[151] มติชน. (2564, 19 ตุลาคม).เต็มถนน! จับตาม็อบสิบล้อรวมพล 19 ต.ค. จี้รัฐบาลแก้ปัญหาน้ำมันพุ่งไม่หยุด.
www.youtube.com/watch?v=NYhTjffXXYY&list=LL&index=3

[152] ประชาไท. (2564, 16 พฤศจิกายน). "น้ำมันขึ้นราคา ไม่เห็นน้ำตาประชาชน" ม็อบรถบรรทุกบุกกระทรวงพลังงาน ร้องตรึงดีเซล 25 บาท.
www.youtube.com/watch?v=Bngq9U4RyZw

[153] เวิร์คพอยท์ทูเดย์. (2565, 8 กุมภาพันธ์). ม็อบรถบรรทุกข์ วอนรัฐโปรดฟังเสียงประชาชน.
www.youtube.com/watch?v=5jEgWpO8ppc&list=LL&index=108

NGV-LPG อีกด้วย[154] ส่วนสื่อใหม่สำนักข่าวช่อง Voice TV จะนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกเป็นการประมวลภาพการชุมนุมโดยการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง YouTube ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารได้เข้าถึงบรรยากาศและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นของกลุ่มม็อบรถบรรทุก ณ ขณะนั้นได้เป็นอย่างดี[155]อย่างไรก็ดีสื่อกระแสหลักที่มีการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกผ่านทาง YouTube ส่วนใหญ่จะเป็นการตัดคลิปจากสื่อบนโทรทัศน์มารายงานซ้ำ ซึ่งเนื้อหาจะคล้ายคลึงกัน ส่วนสื่อใหม่ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ขยายมาสู่แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์จะนำเสนอไปในทิศทางเดียวกันกับสื่อกระแสหลัก แต่สื่อใหม่ที่เป็นสื่อใหม่โดยเฉพาะจะนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลักที่เป็นการประมวลภาพการชุมนุมหรือการถ่ายทอดสดติดตามสถานการณ์การชุมนุม สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านทาง YouTube ได้ ดังนี้

ภาพที่ 88 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจของกลุ่มรถบรรทุกโดยสื่อใหม่ Youtube

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนา

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Youtube พบว่า ช่องข่าวบน Youtube ที่ปรากฏการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็นม็อบชาวนา มีทั้งช่องข่าวจากสื่อกระแสหลัก ดังที่ได้นำเสนอผลการศึกษาไว้ข้างต้นในหัวข้อสื่อโทรทัศน์ และยังพบช่องข่าวที่เป็นสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ที่มีส่วนร่วมนำเสนอข่าวประเด็นดังกล่าวอีกด้วย สำหรับช่องสื่อใหม่มีการนำเสนอข่าวในมิติที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมประท้วงที่เกิดขึ้นในช่วงการรวมกลุ่มของชาวนาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น มีการปักหลักอาศัยบริเวณพื้นที่ราชการของกรุงเทพมหานคร

---

[154] เนชั่นทีวี. (2565, 8 กุมภาพันธ์). ม็อบรถบรรทุกไล่ "สุพัฒนพงษ์" ไฟเขียวเอกชนขึ้นราคาขนส่ง 15-20%. www.youtube.com/watch?v=7OUHQIX2Lg8&list=LL&index=3 และอมรินทร์ทีวี. (2565, 8 กุมภาพันธ์). ม็อบรถบรรทุกบุกกระทรวงพลังงาน จี้ตรึงราคาน้ำมัน. www.youtube.com/watch?v=nmxpNu-xbfo&list=LL&index=9

[155] Voice TV. (2565, 8 กุมภาพันธ์). ม็อบรถบรรทุกรวมพลหน้า ก.พลังงาน หลังกลุ่มสหพันธ์ฯ นัดไล่ รมว.กระทรวงพลังงานได้แถลงข้อเรียกร้อง. www.youtube.com/watch?v=D_pf7iVzT0Q&list=LL&index=2

จนเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มม็อบชาวนา โดยช่องที่พบว่า มีการนำเสนอสถานการณ์การชุมนุมของม็อบชาวนาในลักษณะรายงานความเคลื่อนไหวเป็นระยะ รวมถึงรายงานประเด็นความคืบหน้าของข้อเรียกร้องสำคัญของม็อบชาวนาที่มีต่อรัฐบาล ทั้งยังมีการนำเสนอสถานการณ์ในลักษณะการลงพื้นที่ พูดคุย สอบถาม ปัญหาความเดือดร้อนและความเป็นอยู่จากชาวนาผู้เข้าร่วมชุมนุมครั้งนี้ด้วยอีกเช่นกัน และมักนำประเด็นการเคลื่อนไหวดังกล่าวมาวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหา แนวทางการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ได้แก่ ช่อง Nation online ที่นำเสนอข่าวม็อบชาวนาในประเด็น “ม็อบชาวนาบุกคลังจี้รัฐแก้ปัญหาหนี้สิน”[156] รายงานสถานการณ์การปักหลักชุมนุมของกลุ่มเกษตรกรชาวนา เดินทางมาเรียกร้อง ต้องการให้กระทรวงการคลังเข้ามาช่วยเหลือแก้ไขปัญหาภาระหนี้สินด้วยวิธีการปรับโครงสร้างหนี้ที่กลุ่มม็อบชาวนาต้องผ่อนชำระ มีการนำเสนอบทสัมภาษณ์ผู้ประสานงานเครือข่ายหนี้สินชาวนาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มม็อบชาวนารวมถึงชาวนาทั่วไปที่เข้าร่วมชุมนุมในครั้งนี้ด้วย สะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็นของกลุ่มม็อบชาวนาที่มีต่อความเดือดร้อน และความจำเป็นที่ต้องออกมาเคลื่อนไหวเรียกร้องในประเด็นดังกล่าว และพบการรายงานความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ชุมนุมดังกล่าวจากช่องสื่อออนไลน์ The Active นำเสนอถึง “ม็อบชาวนาทิ้งบ้าน ทิ้งนา มาทวงสัญญา ‘แก้หนี้’”[157] นำเสนอผ่านรูปแบบข่าวสั้นด้วยข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ชาวนาผู้เข้าร่วมชุมนุม มีการเล่าเรื่องถึงความเป็นมาในการเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบชาวนาในครั้งนี้ ข่าวการนำเสนอยังชวนให้สังคมทำความเข้าใจเกษตรกร ถึงความเดือดร้อน ความยากลำบาก ด้วยเหตุที่ผ่านมาภาครัฐไม่เคยคุ้มครอง ทั้งการควบคุมต้นทุนการผลิตและราคาผลผลิตที่ชาวนาเล่าว่าตกต่ำลงมาตลอด ถัดมายังพบการรายงานสถานการณ์ในประเด็น #ม็อบชาวนา ในหัวข้อ “ทุกข์ชาวนา : ปัญหามันอยู่ที่ไหน?”[158] จากช่องสื่อออนไลน์ Voice TV นำเสนอการตั้งประเด็นคำถามในเรื่องการใช้งบประมาณปีละกว่า 200,000 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ดูแลชาวนา แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้ชาวนาอยู่ในสภาวะลืมตาอ้าปากได้ ปัญหาที่เกิดขึ้นท่ามกลางความเดือดร้อนที่ปรากฏอยู่แท้จริงแล้วอยู่ที่ใด โดยนำเสนอผ่านบทสัมภาษณ์นายวิสุทธิ์ ไชยณรุณ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดพะเยา พรรคเพื่อไทย เล่าถึงความลำบากของเกษตรกรที่ต้องเผชิญห่วงโซ่ของหนี้สิน ราคาต้นทุนการทำนาที่เพิ่มสูงขึ้นและราคาข้าวที่ตกต่ำอย่างมาก ขณะที่รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือชาวนาทุกปีแต่ทำไมยังไม่สามารถหลุดพ้นจากความทุกข์ได้ ในขณะเดียวกัน ช่องดังกล่าวยังได้นำเสนอข่าว #ม็อบชาวนา ในหัวข้อข่าว “Wake Up Thailand – ‘ชาวนา’ ปักหลักนอนใต้สะพานทิ้งนามาทวงสัญญา จี้รัฐบาลแก้ปัญหา ‘หนี้สิน’ ทะลุเพดาน!”[159] รายงานสถานการณ์ข่าวในลักษณะลงพื้นที่ติดตามการปักหลักชุมนุมของกลุ่มม็อบชาวนา มีการสัมภาษณ์ตัวแทนชาวนาถึงสถานการณ์หนี้สินที่ชาวนาแต่ละคนต้องแบกรับ สะท้อนมุมมองความเดือดร้อนของชาวนาและสิ่งที่กลุ่มม็อบชาวนาต้องการสื่อไปถึงภาครัฐและต้องการให้สังคมช่วยเข้าใจปัญหาดังกล่าวของพวกเขา และนำเสนอหัวข้อถัดมาว่าด้วย “ชาวนาจมทุกข์ร้อน

---

[156] Nation online. (2565, 1 กุมภาพันธ์). ม็อบชาวนาบุกคลังจี้รัฐแก้ปัญหาหนี้สิน. www.youtube.com/watch?v=5HwI8tTnvqc

[157] The Active. (2565, 2 กุมภาพันธ์). ม็อบชาวนา ทิ้งบ้าน ทิ้งนา มาทวงสัญญา ‘แก้หนี้. www.youtube.com/watch?v=eZooyqlAlXg

[158] Voice TV. (2565, 5 กุมภาพันธ์). ทุกข์ชาวนา : ปัญหามันอยู่ตรงไหน?. www.youtube.com/watch?v=VRro_kzCFVA

[159] Voice TV. (2565, 7 กุมภาพันธ์). Wake Up Thailand – ‘ชาวนา’ ปักหลักนอนใต้สะพานทิ้งนามาทวงสัญญา จี้รัฐบาลแก้ปัญหา ‘หนี้สิน’ ทะลุเพดาน!. www.youtube.com/watch?v=1bY7IL-qtUE

กระดูกสันหลังชาติผุกร่อน”[160] นำเสนอบทสัมภาษณ์ตัวแทนชาวนาเช่นเดียวกัน ซึ่งกล่าวถึงเรื่องกองทุนฟื้นฟูที่ยังเป็นเรื่องใหม่ในสังคมไทย เสนอความคิดเห็นจากชาวนาโดยตรงในแง่ที่ว่า พวกเขาไม่ได้ใช้วิธีการแบบธนาคาร แต่ใช้วิธีที่รัฐบาลต้องซื้อที่ดินมาแล้วจึงนำเอาทรัพย์มาเป็นของรัฐบาล เกษตรกรก็ผ่อนชำระกับรัฐบาลโดยโฉนดที่ดินก็เป็นของรัฐบาล ชาวนาจะได้คืนไปต่อเมื่อทำสัญญาเช่าซื้อ มีระยะเวลาประมาณ 20 ปี หลักการที่ตัวแทนชาวนาให้ความเห็นนี้ กลุ่มม็อบชาวนามองว่าเป็นหลักการที่จะทำให้พวกเขาอยู่รอดได้ เพราะมีความเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังกล่าวถึงเรื่องความเดือดร้อนจากหนี้สินที่เกิดขึ้นของเกษตรกร ณ ปัจจุบัน ส่วนหนึ่งมองว่าเป็นผลมาจากโครงสร้างของรัฐ รวมถึงโครงสร้างทางนโยบายที่ผิดพลาด ยกตัวอย่างเช่น การที่ภาครัฐส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะปลูกพืชผล หรือเลี้ยงสัตว์เป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีนโยบายรับผิดชอบเรื่องราคาขายและราคาต้นทุน เป็นต้น กลุ่มม็อบชาวนาจึงมองว่าพวกเขาเป็นแบกรับปัญหาความเดือดร้อนจากหนี้สินไว้โดยแทบไม่มีอำนาจต่อรองใด ๆ มาเป็นระยะเวลานาน นอกจากนี้ยังพบการรายงานติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของ #ม็อบชาวนา ในระยะเวลาที่ทวงถามมติจากคณะรัฐมนตรีต่อเรื่องการแก้ไขปัญหาหนี้สินจากข้อเรียกร้อง ผ่านการถ่ายทอดสด จากช่องสื่อออนไลน์ The Active ในเวลาต่อมาว่าด้วยหัวข้อการนำเสนอข่าว “[LIVE] 9.50 น. เกาะติด #ม็อบชาวนา ทวงมติ ครม. แก้ปัญหาหนี้สิน”[161] เป็นการรายงานสถานการณ์ลงพื้นที่ติดตามความเคลื่อนไหวของกลุ่ม #ม็อบชาวนา เคลื่อนขบวนด้วยวิธีการเดินเท้าจากหน้ากระทรวงการคลังไปยังทำเนียบรัฐบาล เป็นระยะทาง 5 กิโลเมตร เพื่อเรียกร้องในข้อเรียกร้องเดิมให้นำมติเข้าสู่ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้สิน มีการสัมภาษณ์แกนนำกลุ่มม็อบชาวนาถึงความต้องการยกระดับการชุมนุมเพื่อกดดันรัฐบาลให้ได้มากที่สุด ส่วนการรายงานข่าวที่พบในลักษณะชวนพูดคุยกับประเด็น #ม็อบชาวนาถัดมา พบว่า มีการนำเสนอจากช่องสื่อออนไลน์ The MATTER ในหัวข้อ “กินข้าวทุกวัน แต่ทำไมชาวนายังจนอยู่?”[162] นำเสนอการรายงานเชิงพูดคุยถึงปัญหาที่กลุ่มม็อบชาวนากำลังเผชิญ รวมไปถึงความคืบหน้าในการช่วยเหลือจากรัฐบาล โดยนำเสนอการเล่าเรื่องอย่างสรุปเพื่อความเข้าใจได้โดยง่ายและกระชับขึ้น ส่วนถัดมาพบว่าช่องสื่อออนไลน์ WorkpointToday ก็ได้นำเสนอประเด็นข่าว #ม็อบชาวนา ในลักษณะว่าด้วย “พาไปฟังเสียงเกษตรกรไทยใน ‘#ม็อบชาวนา’ ปักหลักตั้งแต่เมื่อไหร่? อะไรคือข้อเรียกร้อง?”[163] เป็นการรายงานข่าวในลักษณะการลงพื้นที่สัมภาษณ์ชาวนาผู้เข้าร่วมชุมนุมในครั้งนี้ โดยนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่แตกต่างจากสื่อช่องอื่นในแง่ที่เสนอถึงสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มม็อบชาวนาที่ปักหลักในพื้นที่ริมถนนนั้นเป็นอย่างไร และนำเสนอเรื่องราวจุดเริ่มต้นของการปักหลักชุมนุม ข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบชาวนาเช่นเดียวกันกับอีกหลายช่องสื่ออีกด้วย การเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็น #ม็อบชาวนา ยังคงดำเนินผ่านระยะเวลามาเรื่อย ๆ จนกระทั่งมีความเคลื่อนไหวอีกครั้งเกิดขึ้น

[160] Voice TV. (2565, 7 กุมภาพันธ์). ชาวนาจมทุกข์ร้อน กระดูกสันหลังชาติผุกร่อน. www.youtube.com/watch?v=dil3vtSIfGk

[161] The Active. (2565, 14 กุมภาพันธ์). [LIVE] 9.50 น. เกาะติด #ม็อบชาวนา ทวงมติ ครม. แก้ปัญหาหนี้สิน. www.youtube.com/watch?v=6svdIyrWY5E

[162] The MATTER. (2565, 5 มีนาคม). กินข้าวทุกวัน แต่ทำไมชาวนายังจนอยู่?. www.youtube.com/watch?v=HmybbfqPR2Y

[163] WorkpointTODAY. (2565, 10 มีนาคม). พาไปฟังเสียงเกษตรกรไทยใน ‘#ม็อบชาวนา’ ปักหลักตั้งแต่เมื่อไหร่? อะไรคือข้อเรียกร้อง?. www.youtube.com/watch?v=v0o-IKNeBgs

ซึ่งความเคลื่อนไหวดังกล่าวยังคงมีรูปแบบที่ถูกนำเสนอผ่านการถ่ายทอดสดของช่องสื่อออนไลน์เช่นเดิม จากช่องสื่อออนไลน์ อีจัน EJAN ในการรายงานข่าวหัวข้อ "Live ม็อบชาวนา ปักหลัก ร้องรัฐบาลแก้ปัญหาหนี้สิน"[164] นำเสนอการติดตามสถานการณ์ #ม็อบชาวนา ที่ปักหลักชุมนุมเรียกร้องต่อรัฐบาลให้แก้ไขปัญหาหนี้สิน มาเป็นระยะเวลา 45 วัน มีรูปแบบการนำเสนอจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตัวแทนชาวนาเช่นเดียวกับการนำเสนอผ่านช่องสื่อออนไลน์อื่น ๆ ที่นำเสนอข้างต้น และรายงานข่าวผ่านรูปแบบข่าวสั้นในหัวข้อ "เสียงจากชาวนา ที่อยากให้รัฐบาลได้ยิน #ม็อบชาวนา"[165] ซึ่งรายงานอย่างสรุปความเคลื่อนไหวที่ผ่านมาตลอดระยะเวลา 45 วัน ที่ม็อบชาวนาเริ่มมีการปักหลักชุมนุมหน้ากระทรวงการคลัง เนื้อหาสรุปความเคลื่อนไหวนี้ยังกระตุ้นให้ผู้รับสื่อเกิดความตระหนัก สนใจต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ผ่านบทสัมภาษณ์ความทุกข์ร้อนของชาวนาที่ถูกนำเสนอ ในส่วนสุดท้ายของการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็น #ม็อบชาวนา นี้มาถึงการรายงานสถานการณ์การชุมนุมของกลุ่มม็อบชาวนา เพื่อรอฟังผลมติจากคณะรัฐมนตรี ผ่านรายงานข่าวหัวข้อ "บรรยากาศม็อบชาวนา ปักหลังชุมนุมข้างกระทรวงการคลัง รอผล ครม.พิจารณาแก้ปัญหาหนี้สิน"[166] ซึ่งยังคงรูปแบบการนำเสนอข่าวจากบทสัมภาษณ์ตัวแทนชาวนาด้วยวิธีการลงพื้นที่ของสื่อในช่วงเวลาที่ดำเนินมาถึงระยะเวลาที่ข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบชาวนาถูกรับพิจารณา และรอผลมติการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนจากคณะรัฐมนตรีในเวลาถัดไป

โดยสรุปแล้ว จากผลการศึกษาการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็น #ม็อบชาวนา ผ่านแพลตฟอร์ม Youtube นั้น มีรูปแบบการนำเสนอทั้งการติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหว ด้วยวิธีการลงพื้นที่เพื่อถ่ายทอดสด หรือการนำเสนอข่าวในรูปแบบสรุปประเด็นเป็นข่าวสั้นเพื่อสร้างความเข้าใจง่าย ข้อมูลกระชับ ใช้ถ้อยคำที่กระตุ้นความตระหนัก ความสนใจต่อปัญหาไปยังผู้รับสื่อออนไลน์ ซึ่งในแพลตฟอร์ม Youtube ปรากฏช่องสื่อใหม่หรือช่องสื่อออนไลน์เพิ่มเติมจากช่องสื่อหลักที่มีการนำเสนอผ่านทั้งโทรทัศน์และบน Youtube ด้วย สื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์เหล่านี้ ได้สร้างรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย และรูปแบบการนำเสนอข่าวที่อิสระมากกว่าสื่อกระแสหลักที่นำเสนอข่าวในประเด็นเดียวกัน Youtube จึงเป็นช่องทางการรับสื่อที่ให้ทางเลือกผู้รับสื่อ ตัดสินใจรับสื่อในรูปแบบที่ตนเองสนใจจากช่อง (Channel) ที่นำเสนอได้มากยิ่งขึ้น

---

[164] Ejan. (2565, 10 มีนาคม). Live ม็อบชาวนา ปักหลัก ร้องรัฐบาลแก้ปัญหาหนี้สิน. www.youtube.com/watch?v=I9-3ExXolng

[165] Ejan. (2565, 11 มีนาคม). เสียงจากชาวนา ที่อยากให้รัฐบาลได้ยิน #ม็อบชาวนา. www.youtube.com/watch?v=IhFcizdklzE

[166] Voice TV. (2565, 22 มีนาคม). บรรยากาศม็อบชาวนา ปักหลังชุมนุมข้างกระทรวงการคลัง รอผล ครม.พิจารณาแก้ปัญหาหนี้สิน. www.youtube.com/watch?v=IzqSSl9ki5g

ภาพที่ 89 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจของกลุ่มชาวนาโดยสื่อใหม่ Youtube

2.2.3.3 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์ : กลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียม

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Youtube พบว่า ช่องข่าวบน Youtube ที่ปรากฏการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็นม็อบสมรสเท่าเทียม มีทั้งช่องข่าวจากสื่อกระแสหลัก ดังที่ได้นำเสนอผลการศึกษาไว้ข้างต้นในหัวข้อสื่อโทรทัศน์ และยังพบช่องข่าวที่เป็นสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ที่มีส่วนร่วมนำเสนอข่าวประเด็นดังกล่าวอีกด้วย สำหรับช่องสื่อใหม่มีการนำเสนอข่าวในมิติที่ติดตามสถานการณ์การชุมนุมประท้วงที่เกิดขึ้นจากกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ หรือกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมเอง และติดตามสถานการณ์ท่าทีของสภาผู้แทนราษฎรต่อการพิจารณาร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 และพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมดังกล่าว โดยช่องที่พบว่ามีการนำเสนอการเล่าเรื่องความเคลื่อนไหวประเด็น #ม็อบสมรสเท่าเทียม และให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมกับพระราชบัญญัติคู่ชีวิต คือช่องสื่อออนไลน์ Voice TV ในหัวข้อข่าว "สมรสเท่าเทียม ไม่เอา 'พ.ร.บ. คู่ชีวิต'"[167] รายงานข้อมูลผ่านบทสัมภาษณ์สมาชิกผู้แทนราษฎร พรรคก้าวไกล นายธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ หรือ ส.ส.ครูธัญ ผู้ยื่นเสนอพระราชบัญญัติร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ให้ความคิดเห็นต่อประเด็น #สมรสเท่าเทียม สะท้อนความไม่เท่าเทียมทางเพศที่ถูกมองว่าเป็นปัญหาสำคัญให้เกิดความพยายามเคลื่อนไหวประเด็นดังกล่าว อีกทั้งยังให้ความคิดเห็นในเรื่องความแตกต่างระหว่างพระราชบัญญัติคู่ชีวิตกับพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมนั้นไม่เหมือนกัน โดยอธิบายถึงความแตกต่างในแง่มุมเนื้อหาสาระทางกฎหมายที่ทาง ส.ส.ธัญวัจน์มองว่า มีความแตกต่างกันในทางแนวคิดและแง่มุมหมวดสมรส เพราะสมรสเท่าเทียมจะตั้งหลักจากหลักกฎหมายฉบับเดิมที่มี จากนั้นเปลี่ยนคำเพื่อให้กฎหมายฉบับเดิมจากที่ใช้ได้แค่ชายและหญิงกลายมาเป็นใช้ได้กับทุกคน เป็นการขยายสิทธิ์ให้ครอบคลุม มีความเสมอภาค ด้วยการเปลี่ยนจากคำว่า "สามี-ภรรยา" ให้กลายเป็น "คู่สมรส" และเปลี่ยนจากคำว่า "ชาย-หญิง" เป็น "บุคคล-บุคคล" ทำให้สิทธิ์และหน้าที่ต่าง ๆ ต้องได้รับเหมือนกับสามีภรรยาหรือคู่สมรสในกฎหมายอื่น เป็นต้น ช่วงเวลาต่อมา

---

[167] Voice TV. (2563, 9 กรกฎาคม). สมรสเท่าเทียม ไม่เอา 'พ.ร.บ.คู่ชีวิต. www.youtube.com/watch?v=BT9Dr9sJJyY

ทางช่องสื่อนี้ ยังได้นำเสนอความเคลื่อนไหวประเด็น #สมรสเท่าเทียม ในหัวข้อข่าวที่สอดคล้องกันว่าด้วย *"ภาคีสีรุ้งฯ ยื่น 'เพื่อไทย' ดันสมรสเท่าเทียมหวังได้สิทธิคุ้มครองเหมือนคู่ชายหญิง"*[168] รายงานเป็นการถ่ายทอดสดเหตุการณ์สั้น ๆ ของกลุ่มภาคีสีรุ้งเดินทางไปรัฐสภาเพื่อยื่นข้อเรียกร้องต่อพรรคเพื่อไทยให้ช่วยผลักดันพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียม หรือ พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม มุ่งหวังให้กลุ่มคนหลากหลายทางเพศได้รับสิทธิคุ้มครองภายใต้กฎหมายฉบับเดียวกันเหมือนเพศชายและหญิง จึงขอเรียกร้องให้ทั้งสมาชิกวุฒิสภาและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต้องฟังเสียงประชาชนในครั้งนี้ ทั้งนี้ได้มีตัวแทนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคเพื่อไทย เข้ามารับฟังและรับเรื่องการยื่นข้อเรียกร้องดังกล่าวด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าในช่วงเวลาเดียวกันช่องสื่อออนไลน์ The MATTER มีการนำเสนอการเล่าข่าวประเด็น #สมรสเท่าเทียม ในหัวข้อข่าว *"สมรสเท่าเทียม ความรักของคนสองคนที่ควรจะเท่ากัน"*[169] นำเสนอในรูปแบบการเล่าเรื่องโดยสรุปความเข้าใจในระยะเวลาสั้น ๆ และสะท้อนให้เห็นถึงการตั้งถามถึงกฎหมายสมรสไทยมีปัญหาอย่างไร ซึ่งก็อ้างถึงเนื้อความในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ที่ยังคงระบุแค่เพศชายและหญิงเท่านั้นที่สามารถสมรสกันได้นั่นเอง ส่วนสำคัญตามระยะเวลาถัดมา พบว่า มีการรายงานติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมชุมนุมสมรสเท่าเทียม บริเวณพื้นที่แยกราชประสงค์ หรือตามชื่อแฮชแท็กที่ปรากฏติดเทรนด์บนหลายแพลตฟอร์มออนไลน์ #ม็อบ28พฤศจิกา64 พบการนำเสนอข่าวในรูปแบบการถ่ายทอดสด จากช่องสื่อออนไลน์ Voice TV ในการรายงานข่าว *"LIVE! กิจกรรมสมรสเท่าเทียม แยกราชประสงค์ #ม็อบ28พฤศจิกา64"*[170] นำเสนอการถ่ายทอดสดบรรยากาศการจัดกิจกรรมชุมนุมที่เกิดขึ้นตามช่วงเวลาจริง แสดงให้เห็นรูปแบบและลักษณะของการจัดกิจกรรมของกลุ่มผู้ชุมนุมซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนหลากหลายทางเพศเคลื่อนไหวเพื่อแสดงจุดยืนและอุดมการณ์สนับสนุนพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียม หรือ พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม ให้กระบวนการแก้ไขร่างประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 เกิดขึ้นจริงได้ เช่นเดียวกับการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวชุมนุมในครั้งนี้ จากช่องสื่อออนไลน์ INNNEWS ในหัวข้อข่าว *"ม็อบสมรสเท่าเทียมล่ารายชื่อแก้กฎหมาย"*[171] นำเสนอสถานการณ์การชุมนุมในรูปแบบสกู๊ปสรุปข่าวสั้นรวมถึงนำเสนอภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วย และนำเสนอการถ่ายทอดสดสถานการณ์ชุมนุมเป็นระยะเวลาสั้น ๆ ในหัวข้อข่าว *"ม็อบสมรสเท่าเทียมเรียกร้องให้ทุกเพศเท่ากัน"*[172] ส่วนการนำเสนอข่าวถัดมาจากช่องสื่อออนไลน์ Prachatai ซึ่งก็เป็นการนำเสนอสถานการณ์การชุมนุมในรูปแบบข่าวสั้นโดยนำเสนอการให้ข้อมูลผ่านบทสัมภาษณ์ของตัวแทนกลุ่มผู้ชุมนุมบางส่วนด้วย ในหัวข้อข่าว *"#ม็อบสมรส

---

[168] Voice TV. (2564, 25 พฤศจิกายน). ภาคีสีรุ้งฯ ยื่น 'เพื่อไทย' ดันสมรสเท่าเทียมหวังได้สิทธิคุ้มครองเหมือนคู่ชายหญิง. www.youtube.com/watch?v=8jSBxC580vE

[169] The MATTER. (2564, 13 พฤศจิกายน). สมรสเท่าเทียม ความรักของคนสองคนที่ควรจะเท่ากัน. www.youtube.com/watch?v=VarkmrEBTCU

[170] Voice TV. (2564, 28 พฤศจิกายน). LIVE! กิจกรรมสมรสเท่าเทียม แยกราชประสงค์ #ม็อบ28พฤศจิกา64. www.youtube.com/watch?v=8W1lUiRy8ws

[171] INNNEWS. (2564, 28 พฤศจิกายน). ม็อบสมรสเท่าเทียมล่ารายชื่อแก้กฎหมาย. www.youtube.com/watch?v=lVEDfuNU7_w

[172] INNNEWS. (2564, 28 พฤศจิกายน). ม็อบสมรสเท่าเทียมเรียกร้องให้ทุกเพศเท่ากัน. www.youtube.com/watch?v=_cICxqzeopk

เท่าเทียม 28 พ.ย. 2564 แยกราชประสงค์”[173] สอดคล้องกับการนำเสนอข่าวจากช่องสื่อออนไลน์ Voice TV ในการรายงานสถานการณ์การเคลื่อนไหว #ม็อบสมรสเท่าเทียม ในหัวข้อข่าว “‘ม็อบสมรสเท่าเทียม’ จี้ แก้ ก.ม.ปูธงสีรุ้ง แยกราชประสงค์”[174] เป็นการรายงานการเล่าสถานการณ์ในรูปแบบข่าวสั้น กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในการชุมนุมดังกล่าวที่นักกิจกรรมทางสังคมเข้ามามีบทบาทสนับสนุนการแสดงจุดยืนและความคิดเห็นต่อเรื่อง #สมรสเท่าเทียม และรอติดตามสถานการณ์ประเด็นนี้ในอนาคตต่อไป ผลจากเหตุการณ์ที่สืบเนื่องด้วยนักกิจกรรมเข้ามามีบทบาทผลักดันและสนับสนุนความเคลื่อนไหวต่อประเด็นนี้ จึงทำให้ถัดมาพบการรายงานข่าวหัวข้อ “#ม็อบสมรสเท่าเทียม เข้ารายงานตัวตามหมายเรียก”[175] นำเสนอข่าวสั้นต่อเรื่องความเคลื่อนไหวของนักกิจกรรมที่เข้าร่วม #ม็อบสมรสเท่าเทียม เข้ารายงานตัวตามหมายเรียก เนื่องจากการชุมนุมดังกล่าวฝ่าฝืนพระราชกำหนดฉุกเฉิน ต่อไปพบการรายงานข่าวผลที่สภาผู้แทนราษฎรมีมติต่อเรื่องพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียม จากช่องสื่อออนไลน์ WorkpointToday ในหัวข้อข่าว “สภาฯ ลงมติอุ้มร่างกฎหมาย “สุราก้าวหน้า-สมรสเท่าเทียม” ให้ ครม. พิจารณา 60 วัน”[176] กล่าวถึงความคืบหน้าของร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือ ร่าง พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม ที่เสนอโดยนายธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคก้าวไกล ไปยังคณะรัฐมนตรีศึกษาก่อนรับหลักการ 60 วัน ตามคำขอของนายอนุชา นาคาศัย รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ตัวแทนรัฐบาล ซึ่งที่ประชุมสภาผู้แทนราษฎร มีมติเสียงข้างมาก เห็นด้วย 219 เสียง การรายงานข่าวดังกล่าวเป็นไปในรูปแบบการเล่าข่าวสรุปความอย่างกระชับในเวลาอันสั้น รายงานข่าวความคืบหน้าดังกล่าว จึงนำมาสู่การนำเสนอความคิดเห็นอีกครั้งผ่านบทสัมภาษณ์ของ นายธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ จากช่องสื่อออนไลน์ THE STANDARD รายงานหัวข้อข่าวที่ว่า “เปิดใจ ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ ส.ส. ก้าวไกล ทำไมต้อง #สมรสเท่าเทียม”[177] นำเสนอข้อมูลเชิญชวนทำความเข้าในกระแส #สมรสเท่าเทียม และความเป็นไปได้ที่ประเทศไทยจะมีกฎหมาย #สมรสเท่าเทียม เป็นชาติที่สองของเอเชียรองจากประเทศไต้หวัน ซึ่ง ส.ส.ธัญวัจน์ กล่าวในแง่มุมที่ว่าการยิ่งให้ความเห็นมากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้เห็นว่ารัฐสภามองว่าสิ่งเหล่านี้เป็นวาระที่ประชาชนต้องการผลักดันจริงจัง และมองว่าไม่มีอำนาจใดที่จะปฏิเสธพลังประชาชนต่อการเรียกร้อง สนับสนุนประเด็นดังกล่าว อีกทั้งยังพบการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของความพยายามผลักดันประเด็น #สมรสเท่าเทียม ให้เกิดขึ้นได้ในสังคมไทย จากการนำเสนอรายงานรวบรวมความคิดเห็นผ่านบทสัมภาษณ์ ส.ส.ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ และ นายกฤตนัน ดิษฐบรรจง นักรณรงค์ด้านเพศศึกษา ด้วยการนำเสนอเนื้อหาหัวข้อ “เมื่อ พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียมถูก

---

[173] Prachatai. (2564, 28 พฤศจิกายน). #ม็อบสมรสเท่าเทียม | 28 พ.ย. 2564 แยกราชประสงค์. www.youtube.com/watch?v=xV1uUcLxB94

[174] Voice TV. (2564, 29 พฤศจิกายน). ‘ม็อบสมรสเท่าเทียม’ จี้ แก้ ก.ม.ปูธงสีรุ้ง แยกราชประสงค์. www.youtube.com/watch?v=dtinOOob1r4

[175] INNNEWS. (2564, 21 ธันวาคม). #ม็อบสมรสเท่าเทียม เข้ารายงานตัวตามหมายเรียก. www.youtube.com/watch?v=l8pk6yykbtM

[176] WorkpointTODAY. (2565, 9 กุมภาพันธ์). สภาฯ ลงมติอุ้มร่างกฎหมาย “สุราก้าวหน้า-สมรสเท่าเทียม” ให้ ครม. พิจารณา 60 วัน. www.youtube.com/watch?v=WgRSKuld4NQ

[177] THE STANDARD. (2565, 9 กุมภาพันธ์). เปิดใจ ธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ ส.ส. ก้าวไกล ทำไมต้อง #สมรสเท่าเทียม. www.youtube.com/watch?v=TqQ-7Zgse-8

“ความเชื่อ-ศาสนา” เป็นตัวกำหนด”[178] จากช่องสื่อออนไลน์ WorkpointToday กล่าวถึงสาเหตุใหญ่ที่ทำให้ร่างพระราชบัญญัติแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ฯ (ป.พ.พ.) มาตรา 1448 หรือที่เรียกว่าร่าง พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม ยังดำเนินการไม่บรรลุจุดประสงค์ของกลุ่มคนหลากหลายทางเพศที่คาดหวังให้เกิดขึ้น และได้กล่าวถึงการตั้งคำถามที่ว่าแท้จริงแล้วทางสภาผู้แทนราษฎรกับรัฐบาลนั้นมองว่าการที่กฎหมายสมรสเท่าเทียมถูกคัดค้านนั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะขัดต่อหลักการของศาสนาด้วยหรือไม่ เช่นเดียวกับการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อคำถามต่อเรื่องเดียวกัน จากช่องสื่อออนไลน์ Voice TV ที่มีการนำเสนอหัวข้อข่าว “2 มุมมอง..'กฎหมายสมรสเท่าเทียม' สังคมไทยจะให้ผ่านไปง่าย ๆ หรือยากแสนเข็ญ?”[179] นำเสนอการรายงานข่าวในรูปแบบวิเคราะห์ผลการตัดสินของศาลรัฐธรรมนูญที่วินิจฉัยเนื้อหาหลักอันเกี่ยวกับเรื่องเพศชายและหญิงเป็นหลัก ประกอบด้วยความเห็นจากผู้วิเคราะห์ข่าวที่มีต่อประเด็นกฎหมายสมรสเท่าเทียมด้วย ในส่วนสุดท้ายของการศึกษาการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็น #สมรสเท่าเทียม พบว่าช่องสื่อออนไลน์ที่เน้นนำเสนอข่าวบันเทิงเป็นหลัง อย่าง ช่อง AtimeOnline ก็มีการหยิบยกสถานการณ์ความเคลื่อนไหว #สมรสเท่าเทียม มารายงานในหัวข้อข่าว “ครม. ปัดตกไม่รับร่าง #สมรสเท่าเทียม”[180] รายงานข่าวกระบวนการพิจารณารับร่างพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมหรือไม่ โดยคณะรัฐมนตรีมีมติท้ายที่สุดคือไม่รับพิจารณาร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้ แสดงให้เห็นว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็น #สมรสเท่าเทียม ไม่เพียงแต่ถูกให้ความสนใจจากทั้งกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ กลุ่มผู้เข้าร่วมชุมนุม #ม็อบสมรสเท่าเทียม สมาชิกผู้แทนราษฎรที่เป็นตัวแทนยื่นเสนอร่างแก้ไขกฎหมายสมรสเท่าเทียมดังกล่าว ยังพบว่าสื่อออนไลน์ด้านความบันเทิง นักแสดง พิธีกร ผู้มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง ก็มีมุมมองที่สนับสนุนและต้องการเห็นการเคลื่อนไหวในประเด็นนี้บรรลุจุดประสงค์แห่งข้อเรียกร้องเช่นเดียวกัน

จากการศึกษาข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคม ในประเด็น #ม็อบสมรสเท่าเทียม ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Youtube พบว่า การนำเสนอข่าวมีมิติในแง่ของการติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านรูปแบบการถ่ายทอดสดความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดในช่วงการจัดกิจกรรมชุมนุม และนำเสนอความคืบหน้าของความพยายามผลักดันร่างแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ผ่านความคิดเห็นที่ได้จากบทสัมภาษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้ยื่นร่างแก้ไขกฎหมายสมรสเท่าเทียม รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความพยายามผลักดันการเคลื่อนไหวในครั้งนี้ อีกทั้งยังพบว่า นอกจากช่องสื่อออนไลน์จะมีการเล่าเรื่องราวให้เห็นถึงความต่อเนื่องของสถานการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นแล้ว ยังได้สรุปข้อมูล เนื้อหาสาระสำคัญที่ประชาชนในสังคมควรรู้ นำเสนอผ่านข่าวสั้นที่ทำความเข้าใจต่อประเด็นข้อเรียกร้อง การเคลื่อนไหวครั้งนี้ ได้อย่างรวดเร็วและเข้าใจง่ายมากขึ้น

---

[178] WorkpointTODAY. (2565, 11 กุมภาพันธ์). เมื่อ พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียมถูก “ความเชื่อ-ศาสนา” เป็นตัวกำหนด. www.youtube.com/watch?v=dhkWSjbsLxc

[179] Voice TV. (2565, 11 กุมภาพันธ์). 2 มุมมอง..'กฎหมายสมรสเท่าเทียม' สังคมไทยจะให้ผ่านไปง่าย ๆ หรือยากแสนเข็ญ?. www.youtube.com/watch?v=3mAO23K4Qww

[180] AtimeOnline. (2565, 30 มีนาคม). ครม. ปัดตกไม่รับร่าง #สมรสเท่าเทียม. www.youtube.com/watch?v=sOKFNowh6ZA

ในส่วนสุดท้าย พบว่า โพสต์การนำเสนอข้อมูลประเด็น #สมรสเท่าเทียม นี้ ปรากฏมาจากหลากหลายช่องสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นช่องสื่อออนไลน์ที่นำเสนอประเด็นข่าวสารทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ช่องสื่อออนไลน์ที่นำเสนอประเด็นที่เกิดขึ้นจากกระแสบนสื่อสังคมออนไลน์ หรือแม้กระทั่งช่องสื่อออนไลน์ที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาทางด้านความบันเทิงเป็นหลักก็ตาม ยังมีการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็น #สมรสเท่าเทียม ที่เกิดขึ้นร่วมกัน และเป็นไปอย่างทิศทางเดียวกัน ซึ่งในแพลตฟอร์ม Youtube ปรากฏช่องสื่อใหม่หรือช่องสื่อออนไลน์เพิ่มเติมจากช่องสื่อหลักที่มีการนำเสนอผ่านทั้งโทรทัศน์และบน Youtube ด้วย สื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์เหล่านี้ ได้สร้างรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย และรูปแบบการนำเสนอข่าวที่อิสระมากกว่าสื่อกระแสหลักที่นำเสนอข่าวในประเด็นเดียวกัน Youtube จึงเป็นช่องทางการรับสื่อที่ให้ทางเลือกผู้รับสื่อ ตัดสินใจรับสื่อในรูปแบบที่ตนเองสนใจจากช่อง (Channel) ที่นำเสนอได้มากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 90 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์การสมรสเท่าเทียมโดยสื่อใหม่ Youtube

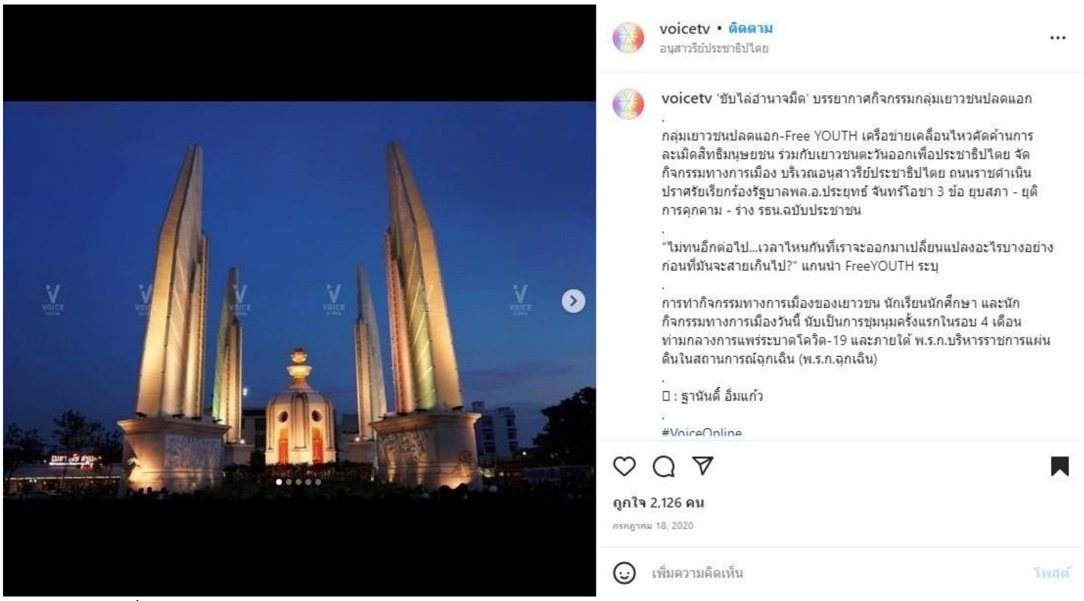
### 2.2.4 อินสตาแกรม (Instagram)

#### 2.2.4.1 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษา

เริ่มแรกการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มนักศึกษาจะอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ แต่จุดเริ่มต้นที่ทำให้กลุ่มนักศึกษาได้ออกมาเคลื่อนไหวทางกายภาพบนพื้นที่สาธารณะเกิดจากกลุ่มเยาวชนปลดแอกที่เปิดบัญชีในหลายแพลตฟอร์ม ซึ่งรวมไปถึง Instagram ชื่อ freeyouth.ig โดยได้ออกมาเชิญชวนกลุ่มคนที่มีแนวคิดร่วมกันในเรื่องของปัญหาการบริหารประเทศของรัฐบาลที่ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นกลุ่มเยาวชนปลดแอกได้มีการโพสต์รูปที่มีข้อความเชิญชวนให้กลุ่มคนที่มีแนวคิดเดียวกันออกมาชุมนุมในวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ที่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ซึ่งการจัดการชุมนุมในครั้งนี้

ในด้านของการนำเสนอข่าวในรูปแบบของ Instagram มีทั้งสื่อกระแสหลักที่ขยายแพลตฟอร์มสู่สื่อสังคมออนไลน์และสื่อใหม่ที่เป็นสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ ทั้งนี้สำนักข่าวที่ได้มีการนำเสนอข่าวผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ได้แก่ ไทยรัฐ และ ช่อง Voice TV ซึ่งการนำเสนอข่าวจะเป็นการลงรูปภาพของการชุมนุมพร้อมกับเขียนบรรยายสรุปข่าวการชุมนุมถึงสิ่งที่ผู้ชุมนุมเรียกร้องต่อรัฐบาลคือ เรียกร้องให้รัฐบาลยุบสภา หยุดคุกคามประชาชน และร่างรัฐธรรมนูญใหม่[181]



ภาพที่ 91 ภาพสำนักข่าว Voice TV มีการนำเสนอข่าวแบบสรุปเหตุการณ์สำคัญบน Instagram

ที่มา : www.instagram.com/p/CCyO6kiDQUP/

ต่อมาภายในระยะเวลาเดียวกัน ในวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เกิดกิจกรรม #วิ่งกันนะแฮมทาโร่ขึ้นบน Twitter เพื่อเชิญชวนให้มวลชนออกมาวิ่งวนรอบเขตพื้นที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พร้อมกับร้องเพลงแฮมทาโร่ ซึ่งมวลชนที่เข้าร่วมส่วนใหญ่มาจากการติดตามใน Twitter แต่อย่างไรก็ดี ในส่วนแพลตฟอร์มของ Instagram สำนักข่าวมีการนำเสนอข่าวโดยการสรุปข่าวภาพรวมของการจัดกิจกรรมของกลุ่มผู้ชุมนุมในเรื่องของการขับร้องเพลงแฮมทาโร่ที่มีเนื้อหาจุดประสงค์ในการล้อเลียนรัฐบาล โดยสำนักข่าวที่มีการนำเสนอข่าวนี้ผ่าน Instagram ได้แก่ THE STANDARD และ ThaiNewsPix นอกจากนี้กลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมได้มีการนัดหมายการชุมนุม ในวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ THE STANDARD มีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ของสำนักข่าว โดยเป็นการสรุปการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม อาทิ iLAW ได้มาตั้งจุดให้ประชาชนลงชื่อร่วมแก้ไขรัฐธรรมนูญ โดยตั้งเป้าไว้ที่ 5 หมื่นราย หรือกิจกรรมปราศรัยของแกนนำเป็นต้น[182] ต่อมากลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมได้เชิญชวนให้มวลชนเข้าร่วมกิจกรรมที่บริเวณ

---

[181] ไทยรัฐ. (2563, 18 กรกฎาคม). 18 กรกฎาคม: เริ่มแล้ว! กลุ่มเยาวชนปลดแอก. www.instagram.com/p/CCx7x6ZBCOp/ และ Voice TV. (2563, 18 กรกฎาคม). ขับไล่อำนาจมืด' บรรยากาศกิจกรรมกลุ่มเยาวชนปลดแอก. www.instagram.com/p/CCyO6kiDQUP/

[182] THE STANDARD. (2563, 11 สิงหาคม). ได้รับการตรวจสอบแล้ว

สนามหลวงภายใต้หัวข้อชื่อ 19 กันยา ทวงอำนาจคืนราษฎร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้น ในช่วงวันที่ 19-20 กันยายน พ.ศ. 2563 โดยในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 สำนักข่าวได้แก่ ไทยรัฐ THE STANDARD นำเสนอข่าวโดยการลงรูปภาพการชุมนุมและสรุปกิจกรรมต่าง ๆ ที่กลุ่มผู้ชุมนุมจัดขึ้น อาทิ การปราศรัยของแกนนำ กิจกรรมของกลุ่ม LGBTQ+ หรือองค์กรเอกชนอิสระอย่าง iLAW ได้มีการโพสต์ใน Instagram ถึงภาพบรรยากาศของการชุมนุม นอกจากนี้สำนักข่าวประชาไทมีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ที่เน้นย้ำถึงกิจกรรมในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2563 ที่คุณอานนท์ นำภา ได้กล่าวว่าจะมีพิธีที่สำคัญอย่างยิ่งคือ การปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ซึ่งถูกหล่อมาด้วยทองเหลืองขนาด 11 นิ้ว จะปักลงบนแผ่นดินนี้ด้วยข้อความว่า ย่ำรุ่งของวันที่ 20 เราจะประกาศร่วมกันว่า ประเทศนี้เป็นของราษฎรทั้งผอง ไม่ใช่ของสถาบันกษัตริย์อย่างที่เขาหลอกลวง [183] ส่วนในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2563 ที่มีการจัดกิจกรรมภายใต้ชื่อเดียวกัน คือ 19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ซึ่งเป็นกิจกรรมการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่ 2 ของกลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมบริเวณท้องสนามหลวง โดยสำนักข่าวที่ได้มีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram เป็นการประมวลเหตุการณ์การชุมนุม ได้แก่ THE STANDARD[184]

ในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถือเป็นวันสำคัญทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นวันครบรอบเหตุการณ์การปราบผู้ชุมนุมในช่วงรัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจร ส่งผลให้ถือได้ว่าวันนี้เป็นการชุมนุมใหญ่ ซึ่งการชุมนุมได้จัดขึ้นบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย และจะทำการเคลื่อนไปยังทำเนียบรัฐบาล สำนักข่าว THE STANDARD และ The101.world ได้นำเสนอข่าวผ่าน Instagram เป็นการสรุปข่าวเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุม 3 ข้อ ได้แก่ 1) พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ต้องลาออกจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรี 2) เปิดประชุมวิสามัญทันทีเพื่อรับร่างแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญจากประชาชน 3) ปฏิรูปสถาบันกษัตริย์ให้อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญอย่างแท้จริง[185] ในวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2563 โดยกลุ่มคณะราษฎรนัดชุมนุมที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ก่อนเคลื่อนไปยังทำเนียบรัฐบาลเพื่อยื่นข้อเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง ทั้งนี้ การนำเสนอข่าวบน Instagram สำนักข่าวจะนำเสนอโดยการสรุปสถานการณ์ของการชุมนุมเป็นข่าวสั้น ได้แก่ ไทยรัฐ และTHE STANDARD นอกจากนี้ ในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ยังมีการชุมนุมครั้งใหญ่ขึ้นอีกครั้ง สำนักข่าวไทยรัฐ THE STANDARD Sanook.com และThaiNewspix มีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram โดยสรุปเป็นข่าวสั้นถึงสถานการณ์ของการชุมนุมที่กลุ่มผู้ชุมนุมได้มีการเดินขบวนไปยังสถานเอกอัครราชทูตเยอรมนี เพื่อยื่นหนังสือสอบถามเกี่ยวกับการใช้พระราชอำนาจในฐานะพระประมุขแห่งรัฐของไทยบนดินแดนประเทศเยอรมนี ในวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ได้เกิดชุมนุมครั้งใหญ่ขึ้น เนื่องจาก

---

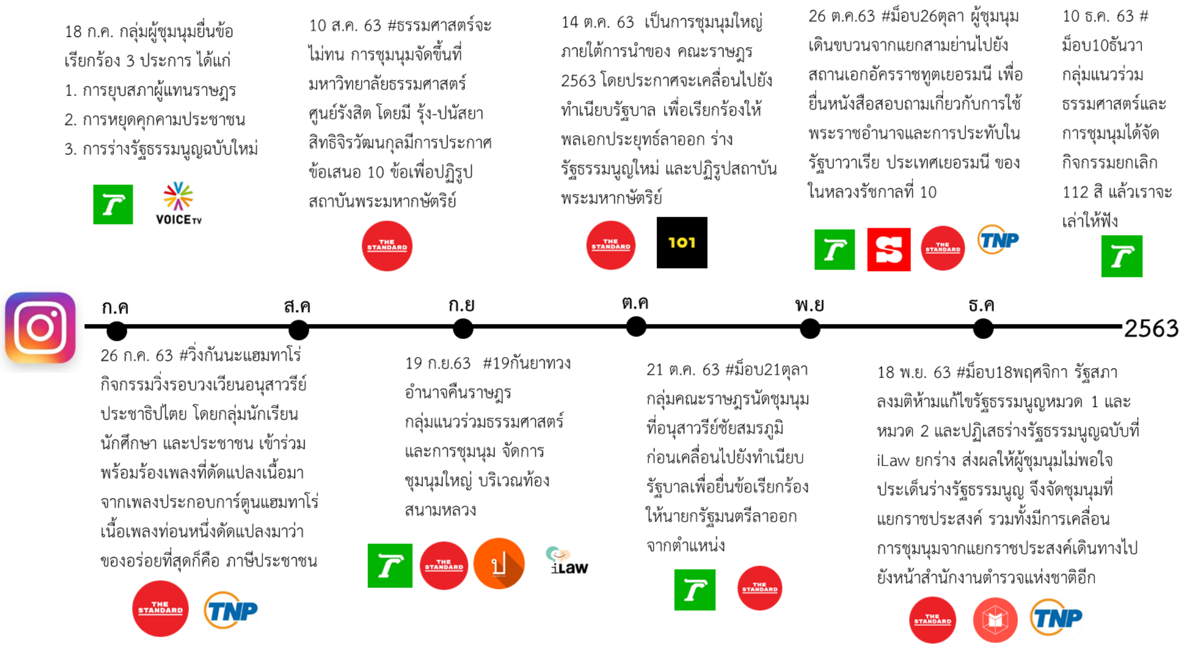
#ธรรมศาสตร์จะไม่ทน ประชาชนเข้าร่วมเต็มพื้นที่. www.instagram.com/p/CDwCFMwpYNS/

[183] ประชาไท. (2563, 19 กันยายน). พรุ่งนี้จะมีพิธีที่สำคัญอย่างยิ่ง คือการปักหมุดคณะราษฎรหมุดที่สอง. www.instagram.com/p/CFUz8iHjj_h/

[184]THE STANDARD. (2563, 20 กันยายน). ปักหมุด-เคลื่อนขบวน-อ่านข้อเรียกร้อง สรุปไฮไลต์ชุมนุม 20 กันยายน. www.instagram.com/p/CFXQXfZD5lC/

[185] THE STANDARD. (2563, 14 ตุลาคม). มวลชนคณะราษฎรคลาคล่ำเต็มท้องถนน ปักหลักทำเนียบรัฐบาลยืนยันข้อเรียกร้อง 3 ข้อ. www.instagram.com/p/CGUzAeMjWt9/ และ The101.world. (2563, 14 ตุลาคม). ราษฎรดำเนิน. www.instagram.com/p/CGU_7jpjhgy/

รัฐสภาลงมติห้ามแก้ไขรัฐธรรมนูญหมวด 1 และหมวด 2 รวมทั้งปฏิเสธร่างรัฐธรรมนูญฉบับที่ iLaw ยกร่าง ส่งผลให้ผู้ชุมนุมไม่พอใจประเด็นร่างรัฐธรรมนูญ จึงจัดชุมนุมที่แยกราชประสงค์และส่งผลทำให้บนโลกออนไลน์จึงเกิด #ม็อบ18พฤศจิกา ขึ้นในหลากหลายแพลตฟอร์มทั้งทาง Twitter Facebook และ Instagram สำนักข่าว THE STANDARD ได้นำเสนอข่าวโดยการสรุปสถานการณ์ของการชุมนุมที่กลุ่มผู้ชุมนุมมีการปราศรัยถึงปัญหาของประเทศ พร้อมทั้งมีการเชิญชวนมวลชนให้ร่วมกันชูสามนิ้ว และตะโกนพร้อมกันว่า “ศักดินาจงพินาศ ประชาราษฎร์จงเจริญ”[186] ส่วนสำนักข่าว The MATTER และThaiNewspix นำเสนอข่าวอีกหนึ่งกิจกรรมของกลุ่มผู้ชุมนุมที่เคลื่อนขบวนจากแยกราชประสงค์เดินทางไปยังหน้าสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อทำการสาดสีต่าง ๆ ใส่ป้ายสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อเป็นการประณามการกระทำของตำรวจ[187] อย่างไรก็ดีในช่วงปลายปี พ.ศ. 2563 ในวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มนักศึกษาได้จัดกิจกรรมยกเลิก 112 สิ แล้วเราจะเล่าให้ฟังซึ่งเป็นการชุมนุมเป็นครั้งสุดท้ายของปี พ.ศ. 2563 ซึ่งสำนักข่าวที่มีการนำเสนอข่าว ได้แก่ ไทยรัฐ โดยได้มีการสรุปเนื้อหาสำคัญของการปราศรัยของแกนนำที่มีเนื้อหาว่ากลุ่มผู้ชุมนุมยังคงยืนยันในจุดยืนเดิม คือ ปฏิรูปสถาบันและยกเลิก ม.112[188] ทั้งนี้การนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ของสำนักข่าวต่าง ๆ จะเน้นการนำเสนอข่าวโดยการสรุปใจความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ ส่วนรายละเอียดของเนื้อหาข่าวต้องติดตามต่อที่เว็บไซต์ของสำนักข่าว สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านทาง Instagram ได้ ดังนี้



ภาพที่ 92 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาโดยสื่อใหม่ Instragram

---

[186] THE STANDARD. (2563, 18 พฤศจิกายน). กลุ่มราษฎรแน่นแยกราชประสงค์ ชูสามนิ้วแสดงพลังมวลชน. www.instagram.com/p/CHu6aSrjXNt/

[187] The MATTER. (2563, 18 พฤศจิกายน). ราษฎร’ รวมตัวหน้าสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในวันที่ร่างแก้ไขรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน ไม่ผ่านความเห็นชอบของรัฐสภา. www.instagram.com/p/CHvCM9Rj2ds/ และ ThaiNewspix. (2563, 19พฤศจิกายน). ตอบโต้ สาดสีใส่ สตช. www.instagram.com/p/CHwrznzgtM9/

[188] ไทยรัฐ. (2563, 10 ธันวาคม). ม็อบราษฎร ประกาศยุติชุมนุมแล้ว. www.instagram.com/p/CInfGChnscs/

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียน

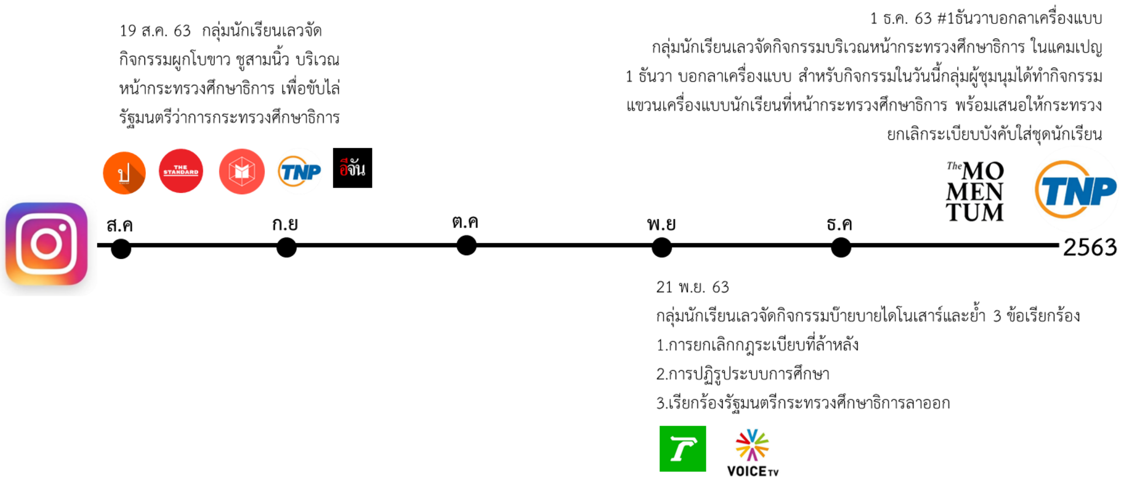
จากการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดปรากฏการณ์นักเรียนมัธยมชูสามนิ้วและติดโบขาวต้านเผด็จการ มีจุดประสงค์เรียกร้องให้นายณัฏฐพล ทีปสุวรรณ รัฐมนตรีกระทรวงศึกษาธิการ ลาออกจากตำแหน่ง ทั้งนี้ ในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มนักเรียนที่มีชื่อว่า นักเรียนเลว ได้นัดกันออกมาชุมนุมในเชิงกายภาพบริเวณหน้ากระทรวงศึกษาธิการ เพื่อเรียกร้องให้กระทรวงศึกษาธิการ ออกมาปกป้องเสรีภาพในการแต่งกายและการไว้ทรงผมของนักเรียน ไม่ให้มีการคุกคามนักเรียน ทั้งทางกาย วาจา จิตใจ และไม่ให้มีการใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือในการดำเนินการกับนักเรียน ซึ่งการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ของกลุ่มนักเรียนเลว สื่อที่มีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ได้แก่ ประชาไท THE STANDARD อีจัน และ ThaiNewspix ที่มีการบรรยายสรุปสถานการณ์การชุมนุมและกิจกรรมที่กลุ่มนักเรียนเลวจัดขึ้น นอกจากนี้สำนักข่าว The MATTER ได้มีการนำเสนอข่าวที่แตกต่างจากสื่ออื่นโดยมีการนำเสนอคำปราศรัยของแกนนำนักเรียนเลวนางสาวเบญจมาภรณ์ นิวาส ซึ่งได้มีการตั้งคำถามถึงการห้ามนักเรียนเข้าไปยุ่งเกี่ยวหรือแสดงความคิดเห็นทางการเมือง โดยกล่าวว่า “ทำไมเด็กถึงยุ่งเรื่องการเมืองไม่ได้ ทำไมเด็กถึงออกมาแสดงออกทางการเมืองไม่ได้ ในเมื่อเด็กก็เป็นคน ๆ นึงของรัฐ เป็นคน ๆ นึงของประเทศเหมือนกัน”[189] ทั้งนี้กลุ่มนักเรียนเลวมีการยกระดับการชุมนุม โดยมีการจัดการชุมนุมครั้งใหญ่ภายใต้ชื่อ บ๊ายบายไดโนเสาร์ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ที่บริเวณใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สื่อที่มีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ได้แก่ มติชน และไทยรัฐ ได้มีการนำเสนอข่าวโดยการสรุปภาพรวมของการจัดกิจกรรมของกลุ่มนักเรียนเลวที่ต้องการสื่อว่านักเรียนเป็นอุกกาบาต พุ่งชนความล้าหลังของผู้ใหญ่ที่เป็นไดโนเสาร์ นอกจากนี้ Voice TV ได้มีการสัมภาษณ์ประชาชนวัยผู้ใหญ่ที่ได้มาร่วมการชุมนุม ซึ่งให้เหตุผลว่าต้องการสนับสนุนแนวคิดของเด็ก ๆ[190] ซึ่งถือเป็นการนำเสนอข่าวที่แตกต่างจากสื่ออื่น ๆ อีกมุมมองหนึ่งที่ทำให้เห็นว่ายังมีผู้ใหญ่ที่เห็นด้วยกับแนวคิดของเด็ก ๆ

ภาพที่ 93 ภาพการนำเสนอข่าวของมติชนที่มีการนำเสนอข่าวแบบสรุปเหตุการณ์สำคัญบน Instagram
ที่มา : www.instagram.com/p/CH2ZmlHlPsj/

[189] The MATTER. (2563, 19 สิงหาคม). วันนี้ (19 สิงหาคม) กลุ่มนักเรียนเลวจัดกิจกรรม ‘เลิกเรียนไปกระทรวง’ ที่หน้ากระทรวงศึกษาธิการ. www.instagram.com/p/CEEszA4jWqi/

[190] Voice TV. (2563, 26 พฤศจิกายน). Young Pro-Democracy Protesters Receive Support From Other Generations. www.instagram.com/p/CIBWat7DlWT/

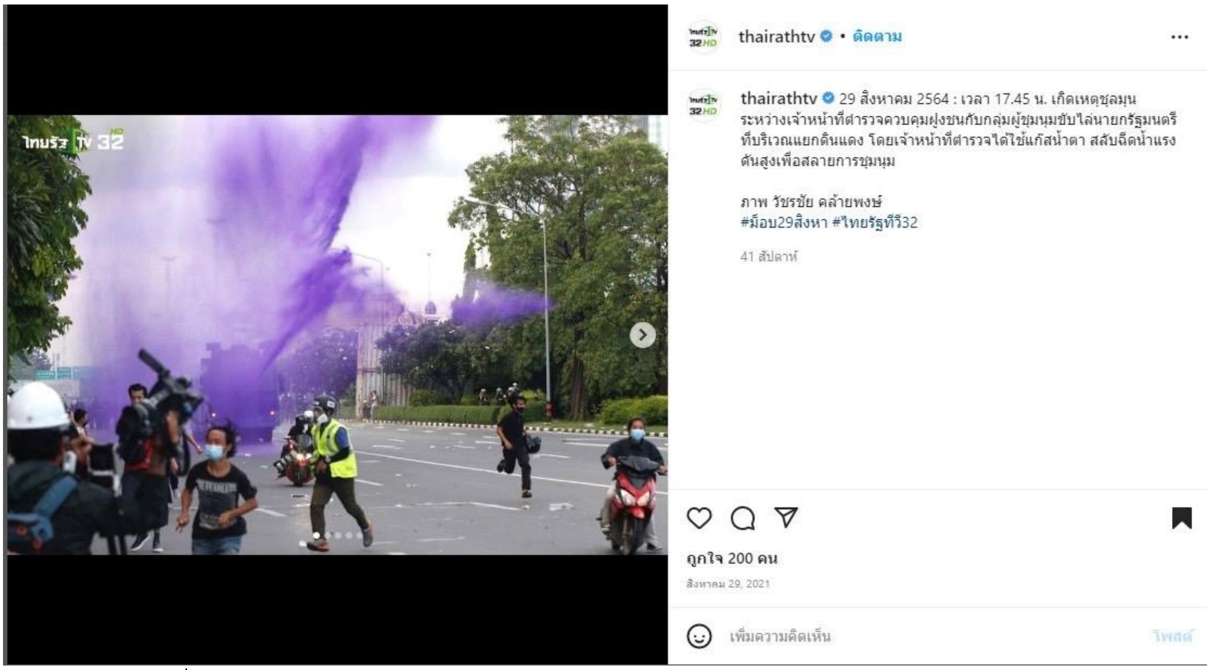
อย่างไรก็ดี ในช่วงของปลายปี พ.ศ. 2563 กลุ่มนักเรียนเลวได้มีการจัดกิจกรรมนัดแต่งชุดไปรเวทไปโรงเรียนในวันเปิดภาคเรียนพร้อมทั้งมีการนัดชุมนุมที่หน้ากระทรวงศึกษาธิการเพื่อเสนอให้กระทรวงยกเลิกระเบียบบังคับใส่ชุดนักเรียน โดยกิจกรรมจัดขึ้นในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ซึ่ง The Momentum และ ThaiNewspix นำเสนอข่าวผ่าน Instagram ของสำนักข่าวยังคงเป็นการนำเสนอข่าวโดยการสรุปการจัดกิจกรรมของกลุ่มนักเรียนเลวที่มีการแสดงถึงจุดยืนในเรื่องของเสรีภาพในการแต่งกาย อย่างไรก็ดี การนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ของสำนักข่าวต่าง ๆ จะเน้นการนำเสนอข่าวโดยการสรุปใจความสำคัญ เพราะพื้นฐานของแพลตฟอร์มของ Instagram ประชาชนที่เข้าใช้จะเน้นการรับชมรูปภาพมากกว่าการอ่านข้อความอย่างยาว สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านทาง Instagram ได้ ดังนี้




ภาพที่ 94 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักเรียนโดยสื่อใหม่ Instragram

3) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะ

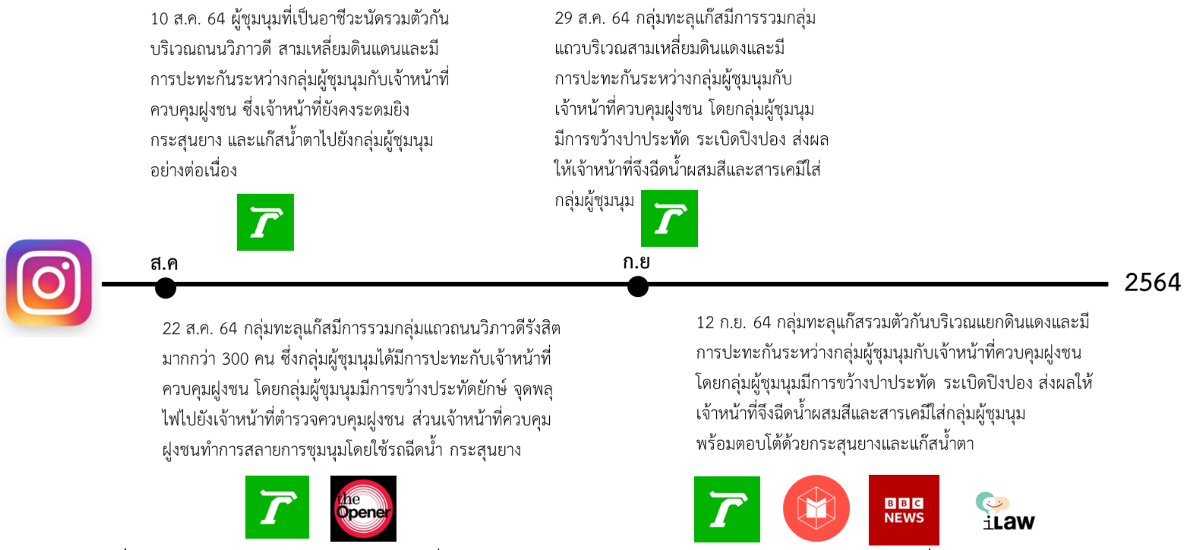
เหตุการณ์การชุมนุมในช่วงปี พ.ศ. 2564 จะแตกต่างจากการชุมนุมในช่วงปี พ.ศ. 2563 ที่การชุมนุมมีการยกระดับไปสู่ความรุนแรง โดยกลุ่มการเคลื่อนไหวชื่อกลุ่มทะลุแก๊ส สืบเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจจากผลกระทบโควิด-19 การไม่สามารถเข้าถึงสวัสดิการขั้นพื้นฐานของรัฐ ด้วยสาเหตุเหล่านี้ส่งผลให้กลุ่มทะลุแก๊สขาดการเชื่อมั่นต่อการบริหารงานของนายกรัฐมนตรี จึงได้ออกมาชุมนุมเพื่อเรียกร้องให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ลาออกจากตำแหน่ง การนำเสนอข่าวของสำนักข่าวผ่าน Instagram จะนำเสนอบรรยายสถานการณ์การชุมนุมโดยสรุป ซึ่งบรรยายถึงกลุ่มผู้ชุมนุมมีการนำยางรถยนต์มาเผาบริเวณใต้ทางด่วนดินแดงและมีการจุดประทัดปาใส่เจ้าหน้าที่ควบคุมฝูงชน เจ้าหน้าที่มีการใช้แก๊สน้ำตา กระสุนยาง น้ำแรงดันสูงตอบโต้ ทั้งนี้สื่อที่มีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ได้แก่ ไทยรัฐ The MATTER TheOpenerTH BBCthai และองค์กรเอกชนอิสระ iLAW




ภาพที่ 95 ภาพของสำนักข่าวไทยรัฐ นำเสนอข่าวผ่าน Instagram โดยการประมวลเหตุการณ์สำคัญ

ที่มา : www.instagram.com/p/CTKBa-dN7Rx/

อย่างไรก็ดีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ของสำนักข่าวต่าง ๆ จะเน้นการนำเสนอข่าวโดยการสรุปใจความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านทาง Instagram ได้ ดังนี้




ภาพที่ 96 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มอาชีวะโดยสื่อใหม่ Instragram

4) การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาล และกลุ่ม ปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์

จากการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มนักศึกษาได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดกลุ่มผู้ชุมนุมที่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการเรียกร้องของกลุ่มนักศึกษาได้แก่ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลและฝ่ายที่ออกมาปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ อย่างไรก็ดี ฝ่ายสนับสนุนรัฐบาลมีการจัดกิจกรรมเดินเชียร์ลุงขึ้น สำนักข่าวได้มีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram โดยการบรรยายสรุปกิจกรรมที่จัดขึ้นของกลุ่มผู้ชุมนุมพร้อมทั้งเน้นย้ำถึงกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อแสดงออกถึงการสนับสนุนรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ทั้งนี้สื่อที่มีการนำเสนอข่าว ได้แก่ ไทยรัฐ สำนักข่าวไทย THE STANDARD The Momentum ส่วนกลุ่มผู้ชุมนุมอีกกลุ่มเป็นกลุ่มปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ ได้แก่ กลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันที่ออกมาเคลื่อนไหวการชุมนุมในเชิงกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะ โดยนัดรวมตัวที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย สำนักข่าวโมโนได้มีการลงข่าวการชุมนุมผ่าน Instagram ที่เป็นการสรุปกิจกรรมที่จัดขึ้นที่มีการชูป้ายและการปราศรัยเพื่อปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์ จากนั้นจึงมีการสลายการชุมนุม[191] ส่วนกลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบันได้มีการจัดการชุมนุมและมีแนวทางเช่นด้วยกันกับกลุ่มศูนย์รวมประชาชนปกป้องสถาบันคือต้องการให้กลุ่มนักศึกษาหยุดจาบจ้วงและหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งทางกลุ่มได้มีการจัดกิจกรรมการชุมนุมในเชิงกายภาพบริเวณพื้นที่สาธารณะแยกราชประสงค์ โดยสำนำข่าวผู้จัดการออนไลน์ได้มีการนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ที่เป็นการสรุปจุดยืนของกลุ่มผู้ชุมนุมที่ต้องการขอให้ผู้ที่จาบจ้วง ดูหมิ่น และคิดร้ายต่อสถาบันยุติการกระทำนั้น[192]

ภาพที่ 97 ภาพสำนักข่าว ผู้จัดการออนไลน์ มีการนำเสนอข่าวแบบสรุปเหตุการณ์สำคัญบน Instagram

ที่มา : www.instagram.com/p/CME7mR3nABr/

[191] MThai. (2563, 8 พฤศจิกายน). ศปปส. ตั้งหลักอีกฝั่งอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย. www.instagram.com/p/CHU1cVdnmU7/

[192] MGROnline. (2564, 16 มีนาคม). กลุ่มอาชีวะปกป้องสถาบันและเครือข่าย ออกแถลงการณ์. www.instagram.com/p/CME7mR3nABr/

อย่างไรก็ดี การนำเสนอข่าวผ่าน Instagram ของสำนักข่าวต่าง ๆ จะเน้นการนำเสนอข่าวโดยการเน้นที่รูปภาพส่วนข้อความจะเขียนสรุปใจความสำคัญของเหตุการณ์เท่านั้น สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านทาง Instagram ได้ ดังนี้

ภาพที่ 98 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมืองของกลุ่มสนับสนุนรัฐบาล
และกลุ่ม ปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์โดยสื่อใหม่ Instragram

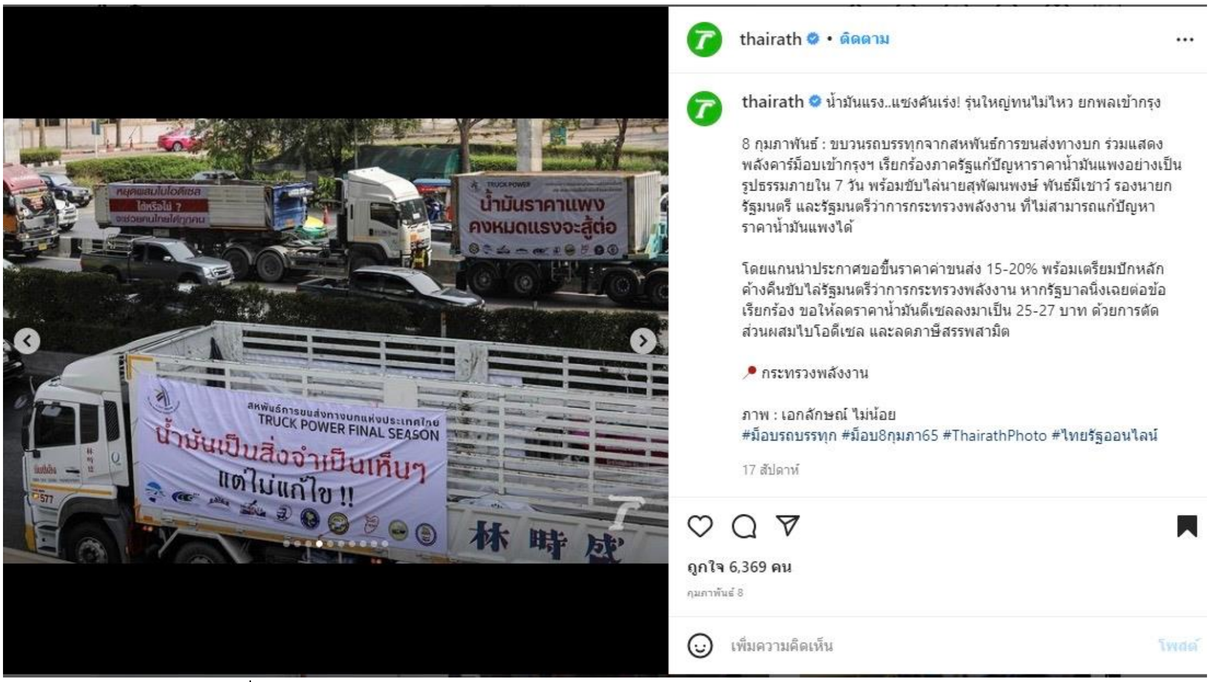
2.2.4.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มรถบรรทุก

น้ำมันแพงเป็นผลสืบเนื่องมาจากสถานการณ์ราคาน้ำมันตลาดโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2564 ถึง ต้นปี พ.ศ. 2565 จึงได้มีการเกิดขึ้นของกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่มีการนัดรวมตัวกันจัดกิจกรรม Truck Power เพื่อเสนอข้อเรียกร้องต่อรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาราคาน้ำมัน ในวันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2564 สำนักข่าวไทยรัฐได้นำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกผ่านช่องทาง Instagram ซึ่งถือเป็นแพลตฟอร์มอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่ติดอันดับมีผู้ใช้จำนวนมากในประเทศไทย ทั้งนี้การนำเสนอข่าวในช่องทาง Instagram จะเป็นการสรุปข่าวสั้น ซึ่งเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุม คือ รัฐบาลตรึงราคาน้ำมันดีเซลที่ลิตรละ 25 บาท และลดภาษีสรรพสามิตลง 5 บาทต่อลิตร รวมทั้งยกเลิกการเก็บเงินเข้ากองทุนพลังงานเป็นระยะเวลา 1 ปี[193] ต่อมาในวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 มีการจัดกิจกรรม Truck Power อีกครั้ง โดยการยกระดับการชุมนุมมาที่หน้ากระทรวงพลังงาน ซึ่งสำนักข่าวไทยรัฐและสำนักข่าวไทย ได้นำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกผ่านช่องทาง Instagram จะเป็นการสรุปข่าวสั้น ซึ่งเน้นย้ำจุดยืนของกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่ต้องการให้รัฐบาลพิจารณาตรึงราคาดีเซลไว้ไม่เกิน 25 บาทต่อลิตร โดยจะให้เวลาภายในสิ้นเดือนนี้ หากรัฐบาลยังไม่สามารถดำเนินการ

[193] ไทยรัฐ. (2564, 19 ตุลาคม). #ม็อบรถบรรทุก คาราวานรถสิบล้อ รวมตัวถนน 4 สายหลัก เคลื่อนขบวนเข้ากรุง จี้รัฐลดราคาน้ำมัน. www.instagram.com/p/CVM5-4WrgL6/

ตามที่เรียกร้องได้จะทำการปรับขึ้นค่าขนส่งทั้งหมดทันที 10% ในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2564[194] ทั้งนี้ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ม็อบรถบรรทุกได้มีการยกระดับการชุมนุม เนื่องจากไม่ได้รับการตอบสนองจากรัฐบาลถึงข้อเรียกร้อง 3 ข้อที่ได้เสนอไป สำนักข่าวไทยรัฐ และเนชั่น ในการนำเสนอข่าวในช่องทาง Instagram สำนักข่าวยังคงมีการนำเสนอข่าวโดยการสรุปข่าวสั้นที่เน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบรถบรรทุกที่ต้องการให้นายสุพัฒนพงษ์ พันธ์มีเชาว์ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานที่ไม่สามารถแก้ปัญหาราคาน้ำมันแพงลาออกจากตำแหน่ง รวมทั้งเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องที่ขอให้ลดราคาน้ำมันดีเซลลงมาเป็น 25-27 บาท ด้วยการตัดส่วนผสมไบโอดีเซล และลดภาษีสรรพสามิต[195] ส่วนสำนักข่าวเนชั่นนำเสนอในมุมมองของรัฐบาล โดยโฆษกรัฐบาลขอให้ม็อบรถบรรทุกเข้าใจรัฐบาล หากทำตามที่เรียกร้องต้องใช้เงินสนับสนุนถึงเดือนละ 20,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่สูงเกินกว่าจะแบกรับไว้ได้[196]




ภาพที่ 99 ภาพการสรุปข่าวม็อบรถบรรทุกของสำนักข่าวไทยรัฐในช่องทาง Instagram
ที่มา : www.instagram.com/p/CZteoyChH5S/

อย่างไรก็ดีการนำเสนอข่าวม็อบรถบรรทุกในช่องทาง Instagram พบว่าส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอโดยการสรุปเป็นข่าวสั้นเน้นย้ำถึงข้อเรียกร้องของกลุ่มม็อบรถบรรทุกเป็นหลัก ซึ่งรายละเอียดของข่าวส่วนใหญ่จะนำเสนอผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ Facebook ของสำนักข่าวมากกว่านำเสนอข่าวผ่านทาง Instagram แต่การนำเสนอข่าวทาง Instagram ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของ

---

[194] ไทยรัฐ. (2564, 16 พฤศจิกายน). ร้องรัฐตรึงราคาน้ำมัน! กลุ่มรถบรรทุกลั่นหากรัฐไม่แก้ไข 1 ธ.ค.นี้กลับมาแน่นอน. www.instagram.com/p/CWVE7OGLqE6/ และ สำนักข่าวไทย. (2564, 16 พฤศจิกายน). มาตามนัด #ม็อบรถบรรทุก บุกหน้า ก.พลังงาน จี้รัฐตรึงราคาดีเซลไม่เกิน 25 บาทต่อลิตร. www.instagram.com/p/CWUrceKlVlg/

[195] ไทยรัฐ. (2565, 8 กุมภาพันธ์). น้ำมันแรง..แซงคันเร่ง! รุ่นใหญ่ทนไม่ไหว ยกพลเข้ากรุง. www.instagram.com/p/CZteoyChH5S/

[196] เนชั่น. (2565, 8 กุมภาพันธ์). โฆษกฯ วอน "ม็อบรถบรรทุก" เข้าใจรัฐบาล. www.instagram.com/p/CZqSHOhLTCz/

ผู้รับสารที่สามารถเข้าใจการเคลื่อนไหวของม็อบรถบรรทุกได้ง่ายด้วยการอ่านสรุปประเด็นข่าวจาก Instagram สามารถสรุปการรายงานข่าวผ่านทาง Instagram ได้ ดังนี้

ภาพที่ 100 สรุปการรายงานข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจของกลุ่มรถบรรทุกโดยสื่อใหม่ Instragram

2) การนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนาผ่าน Instagram

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบชาวนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Instagram พบว่า บนสื่อ Instagram ปรากฏการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็น #ม็อบชาวนา ในรูปแบบการสรุปข่าวสั้นผ่านการอธิบายและเล่าเรื่องเล่าที่กระชับ ทำความเข้าใจง่ายในระยะเวลาอันสั้น การนำเสนอข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ Instagram จะเน้นไปที่การโพสต์รูปภาพข่าวให้มีความน่าสนใจและดึงดูดให้ผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มออนไลน์สนใจกดดูรูปภาพและอ่านข้อความ ซึ่งหากผู้ใช้งานต้องการรับข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดขึ้น ก็สามารถกดลิงก์ช่องทางการอ่านข่าวเพิ่มเติมไปที่เว็บไซต์สำนักข่าวที่ได้ลงข้อมูลข่าวเบื้องต้นไว้บนสื่อ Instagram ต่อไปได้ การนำเสนอข่าวในประเด็น #ม็อบชาวนา ยังพบว่า บัญชีผู้ใช้งานบนสื่อ Instagram นั้น เป็นบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ที่ไม่แตกต่างจากที่พบบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น โดยเป็นบัญชีผู้ใช้งานจากช่องสื่อกระแสหลัก อาทิ ช่อง 7HD (@ch7hd_news) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว “2 เดือนที่รอคอย รัฐเหลียวแลพักหนี้ให้แล้ว”[197] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย “คณะรัฐมนตรีมีมติพักหนี้ให้ #ม็อบชาวนา ที่ปักหลักเรียกร้องอยู่ข้าง กระทรวงการคลังมาเป็นระยะเวลา 2 เดือน พักหนี้เงินต้นดอกเบี้ยให้ 50% หนี้ที่เหลืออีก 50% ให้ไปเจรจาผ่อนชำระกับ 4 ธนาคารรัฐ มีเวลาผ่อน 15 ปี หลังผ่อนหนี้เสร็จ หนี้เงินต้นดอกเบี้ยที่พักไว้ รัฐจะจ่ายให้เอง แต่มีเงื่อนไข ห้ามก่อหนี้กับธนาคารอื่นอีก” ตามมาด้วยช่อง Thairath32 (@thairathplus) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว “มหากาพย์หนี้สินชาวนา”[198] กล่าวถึงกระทรวงการคลัง เพื่อทวงถามความคืบหน้าจากรัฐบาลว่าจะอนุมัติเรื่องร้องเรียนเหล่านี้ให้พวกเขาได้หรือไม่ และถัดมา คือ ช่อง Mono 29 (@mono29news) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว “ยิ่งปลูกข้าวยิ่งเป็นหนี้!

[197] Ch7hd_news. (2565, 22 มีนาคม). 2 เดือนที่รอคอย รัฐเหลียวแลพักหนี้ให้แล้ว. www.instagram.com/p/CbZ7EfBL4z-/

[198] Thairathplus. (2565, 9 กุมภาพันธ์). มหากาพย์หนี้สินชาวนา. www.instagram.com/p/CZwlwDcriHD/

“ม็อบชาวนา” ขอรัฐเร่งนำวาระเข้า ครม. ก่อนที่ดินทำกินถูกยึด”[199] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย “หลังปักหลักหน้ากระทรวงคลังนานนับเดือน เมื่อวันที่ 7 มี.ค. ที่ผ่านมา กลุ่มชาวนาได้เดินเท้าไปยังทำเนียบรัฐบาล เพื่อขอเข้าพบ ‘พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา’ นายกรัฐมนตรี ขอให้เร่งรัดแก้ปัญหาหนี้สินหลังค้างคามานานกว่า 2 ปี โดยเครือข่ายหนี้สินชาวนาแห่งประเทศไทย (คนท.) ต้องการให้รัฐบาลเร่งโอนหนี้เกษตรกร ในธนาคารรัฐทั้ง 4 แห่ง เข้าสู่กระบวนการจัดการหนี้สินของกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร เพื่อแบ่งเบาภาระทางการเงิน ของเกษตรกรที่กำลังยากลำบาก แต่สุดท้ายก็ยังไม่ได้รับคำตอบจากรัฐบาล” และหัวข้อข่าว “ม็อบชาวนา เตรียม “โกนหัว - อดอาหาร” ทวงสัญญา “แก้หนี้สิน” เข้า ครม.”[200] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย “ผู้สื่อข่าวรายงานว่าบัญชีทวิตเตอร์ @Thamboon888 ซึ่งเป็นอาสาประชาสัมพันธ์และเคลื่อนไหวช่วยเหลือม็อบชาวนา ได้ออกมาโพสต์ในทวิตเตอร์ขอความช่วยเหลือ ให้ดันแฮชแท็ก #ม็อบชาวนา เพื่อเป็นการกระจายข่าวให้กำลังใจ เพราะหากรัฐบาลที่รับปากไว้ ไม่นำเรื่องเข้าที่ประชุมคณะรัฐมนตรี ครม. ผู้ชุมนุมจะโกนหัวและอดอาหาร ทั้งนี้ เรื่องที่ภาครัฐสัญญาไว้กับม็อบชาวนา คือ เรื่องการแก้ปัญหาหนี้สินทางการเกษตร กองทุนฟื้นฟูลูกหนี้ธนาคารรัฐ 4 แห่ง เข้าที่ประชุม ครม. ซึ่งปัจจุบันม็อบชาวนาได้ปักหลักชุมนุมมาถึง 56 วัน และโดนเลื่อนการนำเรื่องเข้า ครม. หลายครั้ง” ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 101 บัญชีผู้ใช้งาน ch7hd_news, thairathplus นำเสนอการสรุปข่าว #ม็อบชาวนา
ที่มา : www.instagram.com/p/CbZ7EfBL4z-/
www.instagram.com/p/CZwlwDcriHD/

[199] Mono29news. (2565, 10 มีนาคม). ยิ่งปลูกข้าวยิ่งเป็นหนี้! “ม็อบชาวนา” ขอรัฐเร่งนำวาระเข้า ครม. ก่อนที่ดินทำกินถูกยึด. www.instagram.com/p/Ca7AVVJJdFz/

[200] Mono29news. (2565, 20 มีนาคม). ม็อบชาวนา เตรียม “โกนหัว - อดอาหาร” ทวงสัญญา “แก้หนี้สิน” เข้า ครม. www.instagram.com/p/CbVHOizLme0/

นอกจากนี้ยังพบการนำเสนอการเคลื่อนไหวประเด็น #ม็อบชาวนา ผ่านบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ อย่าง ประชาไท (@prachatai_ig) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว "ฟังเสียง #ม็อบชาวนา ในวันที่เกษตรกรรมกำลังล่มสลาย"[201] นำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอบทสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มม็อบชาวนา สะท้อนความเดือดร้อนจากเรื่องหนี้สิน ราคาปุ๋ยที่แพงขึ้น แต่ผลผลิตทางการเกษตรกลับตกต่ำลง อีกทั้งลูกหลานคนรุ่นใหม่ก็ไม่อยากสืบทอดอาชีพชาวนาจากครอบครัวอีกต่อไป ต่อมาเป็นการนำเสนอข่าวจากบัญชีผู้ใช้งาน Newhumanities (@newhumanities) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว "#ม็อบชาวนา"[202] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย การเล่าเรื่องราวปัญหาเกษตรกรและภาวะหนี้สินถือเป็นปัญหาที่ประเทศไทยต้องเผชิญมาทุกยุคทุกสมัยผ่านนโยบายทางการเกษตรที่ไม่ดีพอของรัฐ ปัจจุบันชาวนาและเกษตรกรต่างเผชิญภาวะวิกฤตทางการเงินจากการเป็นหนี้สะสม เกิดภาวะหนี้มากกว่าทุนจากปัญหาราคาพืชผลตกต่ำ ภัยแล้ง และโครงสร้างบริหารจัดการาคาสินค้าของรัฐบาล "ไม่ใช่เกษตรกรไม่สู้ ไม่ใช่เกษตรกรฝืนทน" เพียงแต่แสงที่ส่องมายังพวกเขานั้นน้อยเหลือเกิน เป็นอีกครั้งที่คนส่วนใหญ่เมินเฉยต่อปัญหาของประชาชนด้วยกัน ถัดมาเป็นการนำเสนอข่าวจากบัญชีผู้งาน SPECTRUM (@spectrum.th) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว "ชาวนาปักหลักข้างถนนมา 42 วันแล้ว โปรดสนใจ #ม็อบชาวนา"[203] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย เกษตรกรเครือข่ายกลุ่มเครือข่ายหนี้สินชาวนาแห่งประเทศไทย (คนท.) นำโดยนายชรินทร์ ดวงดารา และนางปิ่นแก้ว แก้วสุขแท้ เดินเท้าจากกระทรวงการคลังไปทำเนียบรัฐบาล โดยประกาศผ่านรถกระจายเสียงขอพบนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม เพื่อขอให้นำปัญหาเข้าหารือในที่ประชุมคณะรัฐมนตรี และพบการรายงานข่าวจากบัญชีผู้ใช้งาน Brandthink.me (@brandthink.me) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว "ชำแหละ #ม็อบชาวนา มาทำไม มีข้อเรียกร้องอะไร? อย่าปล่อยให้พวกเขาเป็น 'เกษตรกรรุ่นสุดท้าย'"[204] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย "ชาวเน็ตไทยสนใจกันมากขึ้นว่า #ม็อบชาวนา คือใครและมาทำไม หลังมีนักศึกษาทำการถ่ายทอดสดเรื่องนี้ผ่านสื่อโซเชียลเมื่อวันที่ 5 มีนาคม แต่ถูกตำรวจจับกุม-ตั้งข้อหาละเมิด ม.112 หลังตั้งข้อสงสัยการทวงคืนพื้นที่จากม็อบชาวนาที่ปักหลักในกรุงเทพฯ มานานกว่า 40 วัน โดยย้ายจากหน้ากระทรวงการคลังไปยังทำเนียบรัฐบาล และย้อนกลับมากระทรวงการคลังอีกรอบ ในที่สุด ม็อบชาวนาก็มีโอกาสยื่นข้อเรียกร้องต่อตัวแทนรัฐบาลในวันที่ 9 มีนาคม 2565 ให้ช่วยบรรเทาปัญหาหนี้สินของชาวนาที่เป็นผลจากการดำเนินตามนโยบายรัฐ โดยผู้มารับหนังสือเรียกร้องของชาวนาคือรองเลขาธิการนายกฯ ฝ่ายการเมือง" ต่อมาเป็นการรายงานสถานการณ์จากบัญชีผู้ใช้งาน WorkpointToday (@workpointtoday) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว"ม็อบชาวนา ยื่น 30,000 ชื่อ ร้อง 'จุรินทร์' ดังเรื่องเข้าครม. ปมลูกหนี้ 4 ธนาคารรัฐ

---

[201] Prachatai_ig. (2565, 9 กุมภาพันธ์). ฟังเสียง #ม็อบชาวนา ในวันที่เกษตรกรรมกำลังล่มสลาย. www.instagram.com/p/CZwzNlCr7Kq/

[202] Newhumanities. (2565, 27 กุมภาพันธ์). #ม็อบชาวนา. www.instagram.com/p/Cad9-I5PUMU/

[203] Spectrum.th. (2565, 7 มีนาคม). ชาวนาปักหลักข้างถนนมา 42 วันแล้ว โปรดสนใจ #ม็อบชาวนา. www.instagram.com/p/CazRgJWvQBs/

[204] Brandthink.me. (2565, 9 มีนาคม). ชำแหละ #ม็อบชาวนา มาทำไม มีข้อเรียกร้องอะไร? อย่าปล่อยให้พวกเขาเป็น 'เกษตรกรรุ่นสุดท้าย'. www.instagram.com/p/Ca4mSAqlj3v/

โอนหนี้ไม่ได้”[205] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย “เครือข่ายหนี้สินชาวนาแห่งประเทศไทย (คนท.) ซึ่งเป็นที่รู้จักผ่าน #ม็อบชาวนา ยื่นรายชื่อกว่า 30,000 รายชื่อที่เรียกระดมจาก change.org เรียกร้องให้ นำข้อเรียกร้องให้ปลดล็อกการการโอนหนี้เสียของเกษตรกรจาก 4 ธนาคารของรัฐ ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME BANK) เข้าสู่กองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร หลังเคยมีมติเยียวยาหนี้เสียเกษตรกรซึ่งลูกหนี้ธนาคารพาณิชย์ได้ทยอยดำเนินการไปแล้ว เหลือเพียงลูกหนี้ธนาคารของรัฐที่คนท.ระบุว่าตกค้างกว่า 200,000 ราย” ถัดมาเป็นการนำเสนอสรุปสถานการณ์ความเคลื่อนไหว จากบัญชีผู้ใช้งาน The Active (@theactive_net) ในหัวข้อข่าว “ครม. เห็นชอบแก้หนี้ชาวนา ใช้งบประมาณ 9,000 ล้านบาท ช่วยสมาชิกกองทุนฟื้นฟูฯ กว่า 5 หมื่นราย สั่งคลัง-เกษตรฯ หารือแนวทาง ก่อนนำเข้าพิจารณาอีกครั้ง”[206] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย “ครม. มีมติเห็นชอบในหลักการสำหรับโครงการดังกล่าว โดยจะช่วยเหลือเกษตรกรสมาชิกกองทุนฟื้นฟูฯ ที่ขึ้นทะเบียนองค์กร และทะเบียนหนี้เอาไว้และเป็นหนี้ NPL จำนวน 50,621 ราย โดยต้องใช้งบประมาณเงินต้น 9,282 ล้านบาท ระยะเวลาดำเนินโครงการ 3 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาหนี้สิน และฟื้นฟูการทำอาชีพของเกษตรกร ผ่านกลไกของกองทุนฟื้นฟูฯ” ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 102 บัญชีผู้ใช้งาน prachatai_ig นำเสนอการสรุปข่าว #ม็อบชาวนา
ที่มา : www.instagram.com/p/CZwzNlCr7Kq/

[205] Workpointtoday. (2565, 9 มีนาคม). ม็อบชาวนา ยื่น 30,000 ชื่อ ร้อง ‘จุรินทร์’ ดังเรื่องเข้าครม. ปมลูกหนี้ 4 ธนาคารรัฐโอนหนี้ไม่ได้. www.instagram.com/p/Ca4TiLrvrW9/

[206] Theactive_net. (2565, 22 มีนาคม). ครม. เห็นชอบแก้หนี้ชาวนา ใช้งบประมาณ 9,000 ล้านบาท ช่วยสมาชิกกองทุนฟื้นฟูฯ กว่า 5 หมื่นราย สั่งคลัง-เกษตรฯ หารือแนวทาง ก่อนนำเข้าพิจารณาอีกครั้ง. www.instagram.com/p/CbZmh71LsJV/

ภาพที่ 103 บัญชีผู้ใช้งาน newhumanitie, brandthink.me, workpointtoday และ theactive_net นำเสนอการสรุปข่าว #ม็อบชาวนา

ที่มา : www.instagram.com/p/Cad9-I5PUMU/,www.instagram.com/p/Ca4mSAqlj3v/,

www.instagram.com/p/Ca4TiLrvrW9/,www.instagram.com/p/CbZmh71LsJV/

อีกทั้งยังพบ การรายงานสถานการณ์ประเด็น #ม็อบชาวนา นอกจากบัญชีผู้ใช้งานสื่อกระแสหลักและสื่อออนไลน์แล้ว ก็มีบัญชีผู้ใช้งานกลุ่มนักกิจกรรมเคลื่อนไหวทางสังคม อย่าง กลุ่มทะลุวัง (@thaluwang) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว “หนี้ชาวนา ชี้ชะตาอนาคตข้าวไทย ร่วมส่งกำลังใจให้ชาวนา กดดันรัฐบาล ให้รับเรื่องเข้า ครม.”[207] กล่าวถึงการรายงานข่าวว่าด้วย “สถานการณ์ของคณะกรรมการกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร(กฟก.) มีมติเห็นชอบให้โอนหนี้ชาวนาที่ติดไว้กับธนาคารรัฐไปไว้ที่กองทุนของ กฟก. เพื่อให้ชาวนาไม่ต้องสูญเสียที่ดินจากการผ่อนชำระทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยไม่ไหว ซึ่งกองทุน กฟก.จะเป็นผู้รักษาที่ดินไว้ให้ แล้วให้ชาวนาเป็นผู้ไปผ่อนชำระคืนที่ดินเอาจากกองทุน ซึ่งไม่มีดอกเบี้ย ทว่า หลังจาก กฟก. ได้ส่งหนังสือให้กระทรวงการคลังตั้งแต่เดือนเมษายน 2564 กลับไม่มีการดำเนินการยกร่างของโครงการดังกล่าว เพื่อเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาแต่อย่างใด กระทั่งกลุ่มชาวนาเดินทางมาประท้วงในช่วงปลายเดือนมกราคม 2565 เพื่อมาติดตามการแก้ปัญหาหนี้สินชาวนาที่ล่าช้าด้วยตัวเอง” นอกจากนี้ก็พบการรายงานสรุปข่าวสถานการณ์ความเคลื่อนไหวประเด็นม็อบชาวนา จากบัญชีผู้ใช้งานทั่วไปที่มียอดติดตามสูง เช่น ตุ๊ดส์รีวิว (@tootsyreview) นำเสนอสรุปหัวข้อข่าว “#ม็อบชาวนา เสียงของชาวบ้านธรรมดาที่ถูกลืม”[208] กล่าวถึงการรายงานสถานการณ์ผ่านการเล่าเรื่องความเคลื่อนไหวของกลุ่มม็อบชาวนาที่เกิดขึ้น ทั้งยังนำเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวของบัญชีผู้ใช้งานอีกด้วย ในการนำเสนอจากบัญชีผู้ใช้งานรายเดียวกันนี้ พบหัวข้อข่าวเพิ่มเติมว่าด้วย “ประเทศไทยกำลังจะไม่มีชาวนาอีกต่อไป #ม็อบชาวนา”[209] กล่าวถึงการรายงานสถานการณ์จากการถอดคำสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มม็อบชาวนา นำเสนอถึงปัญหาม็อบชาวนาอย่างน่าสนใจ โดยสรุปปัญหาความเดือดร้อนที่ชาวนากล่าวไว้ คือ “ต้นทุนผลิต สูงกว่าราคาขาย โดยที่รัฐบาลไม่เคยควบคุมต้นทุนเลย แต่ยังไงก็ต้องทำทุกปี ถ้าแม้จะรู้ว่าเป็นหนี้ เพราะถ้าไม่ทำ ก็จะไม่มีเงินเลย แต่มันจะได้มีเงินมาหมุน” สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาที่ชาวนากำลังประสบพบเจออยู่ในชีวิตความเป็นจริง ดังรูปภาพที่นำเสนอ

ภาพที่ 104 บัญชีผู้ใช้งาน thaluwang นำเสนอการสรุปข่าว #ม็อบชาวนา

ที่มา : www.instagram.com/p/CbXeU3hpncG/

[207] Thaluwang. (2565, 21 มีนาคม). หนี้ชาวนา ชี้ชะตาอนาคตข้าวไทย ร่วมส่งกำลังใจให้ชาวนา กดดันรัฐบาล ให้รับเรื่องเข้า ครม. www.instagram.com/p/CbXeU3hpncG/

[208] Tootsyreview. (2565, 7 มีนาคม). “#ม็อบชาวนา เสียงของชาวบ้านธรรมดาที่ถูกลืม. www.instagram.com/p/CaytAonvQ5u/

[209] Tootsyreview. (2565, 8 มีนาคม). ประเทศไทยกำลังจะไม่มีชาวนาอีกต่อไป #ม็อบชาวนา. www.instagram.com/p/Ca14260vwun/

ภาพที่ 105 บัญชีผู้ใช้งาน tootsyreview นำเสนอการสรุปข่าว #ม็อบชาวนา

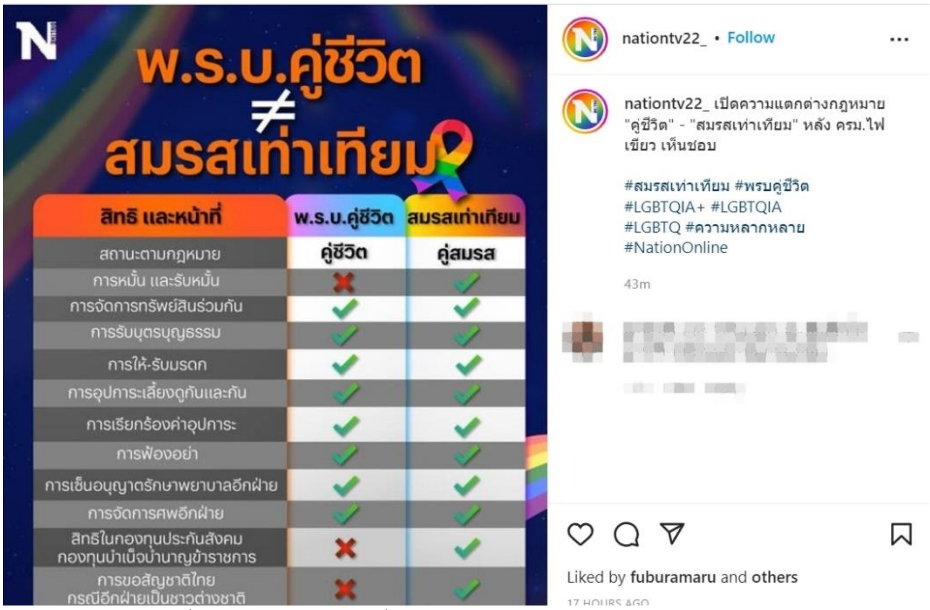
ที่มา : www.instagram.com/p/CaytAonvQ5u/

โดยสรุปแล้ว จากผลการศึกษาการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็น #ม็อบชาวนา ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Instagram นั้น มีรูปแบบการนำเสนอข่าวในรูปแบบสรุปประเด็นเป็นข่าวสั้น เพื่อสร้างความเข้าใจง่าย ข้อมูลกระชับ ใช้ถ้อยคำที่กระตุ้นความตระหนัก ความสนใจต่อปัญหาไปยังผู้รับสื่อออนไลน์ ซึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ Instagram แม้ว่าลักษณะการใช้งานจะไม่ได้มุ่งเน้นเป็นเครื่องมือสำหรับการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบโต้ตอบการรับส่งข้อความกันอย่างทันทีทันใดหรือแบบเรียลไทม์ (Real-time) แต่หากพิจารณาลักษณะการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มนี้ ประกอบกับผลการศึกษาการนำเสนอข่าวสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็นม็อบชาวนา ก็ปรากฏบัญชีผู้ใช้งานที่หลากหลาย ทั้งบัญชีผู้ใช้งานสื่อกระแสหลัก สื่อใหม่ กลุ่มนักกิจกรรมทางสังคม และบัญชีผู้ใช้งานทั่วไปที่มียอดผู้ติดตามสูงอยู่บน Instagram ด้วย การนำเสนอข่าวผ่านบัญชีผู้ใช้งานดังที่กล่าวมา ส่วนใหญ่จึงใช้งานสื่อ Instagram ในแง่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลสั้น ๆ เข้าถึงง่าย ในเบื้องต้นและมีการลงช่องทางลิงก์ข่าวการเคลื่อนไหวฉบับเต็มที่ละเอียดขึ้นไปยังเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มอื่นอย่าง Facebook Twitter และYoutube เพื่อให้ผู้รับสื่อสามารถศึกษาข้อมูลข่าวเพิ่มเติมมากกว่าที่ปรากฏอยู่บน Instagram ได้นั่นเอง

2.2.4.3 การเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ: กลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียม

จากการศึกษาการนำเสนอข่าวสารการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Instagram พบว่า บนสื่อ Instagram ปรากฏการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็น #ม็อบสมรสเท่าเทียม ในรูปแบบการสรุปข่าวสั้น ผ่านการอธิบายและเล่าเรื่องเล่าที่กระชับทำความเข้าใจง่าย ในระยะเวลาอันสั้น การนำเสนอข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ Instagram จะเน้นไปที่การโพสต์รูปภาพข่าวให้มีความน่าสนใจและดึงดูดให้ผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มออนไลน์สนใจกดดูรูปภาพและอ่านข้อความ ซึ่งหากผู้ใช้งานต้องการรับข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดขึ้น ก็สามารถกดลิงก์ช่องทางการอ่านข่าวเพิ่มเติมไปที่เว็บไซต์สำนักข่าวที่ได้ลงข้อมูลข่าวเบื้องต้นไว้บนสื่อ Instagram ต่อไปได้ การนำเสนอข่าวในประเด็น #ม็อบสมรสเท่าเทียม ยังพบว่า บัญชีผู้ใช้งานบนสื่อ Instagram นั้น เป็นบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ที่ไม่แตกต่างจากที่พบบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น โดยพบการรายงานข่าวความเคลื่อนไหว จากบัญชีผู้ใช้งาน

สื่อกระแสหลัก อย่าง NationTV (@nationtv22_) สรุปหัวข้อข่าว “ความแตกต่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต-สมรสเท่าเทียม ได้สิทธิ์แตกต่างกันอย่างไร”[210] และหัวข้อข่าว “เปิดความแตกต่างกฎหมาย "คู่ชีวิต" - "สมรสเท่าเทียม" หลัง ครม.ไฟเขียว เห็นชอบ”[211] นำเสนอความแตกต่างในเรื่องสิทธิและหน้าที่ที่บัญญัติไว้ระหว่างพระราชบัญญัติคู่ชีวิตกับพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียม ความสามารถของคู่ชีวิตและคู่สมรสที่พึงกระทำได้ ในส่วนบัญชีผู้ใช้งานสื่อกระแสหลักถัดมา คือ 9entertain (@9entertain) เป็นรายการข่าวบันเทิงหนึ่งบนช่องสื่อกระแสหลัก ได้นำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวประเด็น #สมรสเท่าเทียม ผ่านข่าวบันเทิงหัวข้อ “นักร้องนักแสดง "พีพี กฤษฏ์" รู้สึกดีใจที่เรื่องการสมรสเท่าเทียมถูกผลักดัน”[212] นำเสนอบทสัมภาษณ์ของนักแสดง นายกฤษฏ์ อำนวยเดชกร หรือเป็นที่รู้จักในชื่อพีพี ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นและสนับสนุนต่อประเด็นสมรสเท่าเทียม ซึ่งมองว่าคนทุกคนควรมีสิทธิเท่าเทียมกัน และสามารถใช้ชีวิตเป็นตัวของตัวเองได้ ดังรูปภาพที่นำเสนอ




ภาพที่ 106 บัญชีผู้ใช้งานสื่อ nationtv22_ สรุปข่าว #สมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.instagram.com/p/CeihohyLTZo/

---

[210] Nationtv22_. (2565, 8 มิถุนายน). ความแตกต่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต-สมรสเท่าเทียม ได้สิทธิ์แตกต่างกันอย่างไร. www.instagram.com/p/Ceh28aGLLhb/

[211] Nationtv22_. (2565, 8 มิถุนายน). เปิดความแตกต่างกฎหมาย "คู่ชีวิต" - "สมรสเท่าเทียม" หลัง ครม.ไฟเขียว เห็นชอบ. www.instagram.com/p/CeihohyLTZo/

[212] 9entertain. (2565, 9 มิถุนายน). นักร้องนักแสดง "พีพี กฤษฏ์" รู้สึกดีใจที่เรื่องการสมรสเท่าเทียมถูกผลักดัน. www.instagram.com/p/CekLlVPsxZ2/

ภาพที่ 107 บัญชีผู้ใช้งานสื่อ 9entertain นำเสนอบทสัมภาษณ์นักแสดงต่อประเด็น #สมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.instagram.com/p/CekLlVPsxZ2/

นอกจากบัญชีสื่อกระแสหลักที่พบการนำเสนอการเคลื่อนไหวประเด็น #สมรสเท่าเทียม แล้ว ยังพบการรายงานข่าวลักษณะเดียวกันจากบัญชีผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ อาทิ ช่องVoiceTV (@voicetv) สรุปหัวข้อข่าว “เปิดโต๊ะเข้าชื่อเรียกร้องแก้ไขมาตรา 1448 ด้าน 5 พรรคการเมืองร่วมแสดงวิสัยทัศน์ผลักดันประเด็นเข้าสภา”[213] นำเสนอรายงานสถานการณ์ภายหลังจากที่ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยว่าประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ที่ว่าด้วยเรื่องเงื่อนไขการสมรสระหว่างชายหญิง ไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญมาตรา 25 26 และ 27 ส่งผลให้กลุ่มภาคีสีรุ้งเพื่อสมรสเท่าเทียม และภาคีร่วมอื่น ๆ นัดหมายจัดกิจกรรม #ม็อบสมรสเท่าเทียม ที่บริเวณแยกราชประสงค์ เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 โดยเรียกร้องให้ทุกคน ทุกรสนิยมทางเพศ สามารถสมรสกันได้อย่างเท่าเทียมในสังคม และอีกหนึ่งหัวข้อข่าว “ขอ 1 ล้านชื่อ ตบหน้า 8 ตุลาการ”[214] นำเสนอรายงานสถานการณ์การปราศรัยของตัวแทนพรรคสามัญชน ร่วมเวทีชุมนุมของภาคีสีรุ้งเพื่อสมรสเท่าเทียม ที่แยกราชประสงค์ นำโดย กลุ่ม เฟมินิสต์ปลดแอก และ เสรีเทยย์พลัส พร้อมเครือข่ายผู้มีความหลากหลายทางเพศมากกว่า 18 องค์กร ได้จัดกิจกรรม #ม็อบสมรสเท่าเทียม เพื่อผลักดันให้เกิดการแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 คำปราศรัยมีสาระสำคัญกล่าวถึงความต้องการ 1 ล้านรายชื่อผ่านแคมเปญการลงชื่อสนับสนุน #สมรสเท่าเทียม บนเว็บไซต์ www.support1448.org เพื่อเสนอให้มีการแก้ไขกฎหมายกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ถัดมาพบการรายงานข่าวจากบัญชีผู้ใช้งานสื่อ The MATTER (@thematter.co) ในหัวข้อสรุปข่าว “‘ฟลุ๊ค กะล่อน’ อินฟลูเอนเซอร์และเน็ตไอดอลได้มาเข้าร่วมใน #ม็อบสมรสเท่าเทียม”[215] นำเสนอบทสัมภาษณ์ของอินฟลูเอนเซอร์

---

[213] Voicetv. (2564, 28 พฤศจิกายน). เปิดโต๊ะเข้าชื่อเรียกร้องแก้ไขมาตรา 1448 ด้าน 5 พรรคการเมืองร่วมแสดงวิสัยทัศน์ผลักดันประเด็นเข้าสภา. www.instagram.com/p/CW0jiABvEO5/

[214] Voicetv. (2564, 28 พฤศจิกายน). ขอ 1 ล้านชื่อ ตบหน้า 8 ตุลาการ. www.instagram.com/p/CW00y5VPDnp/

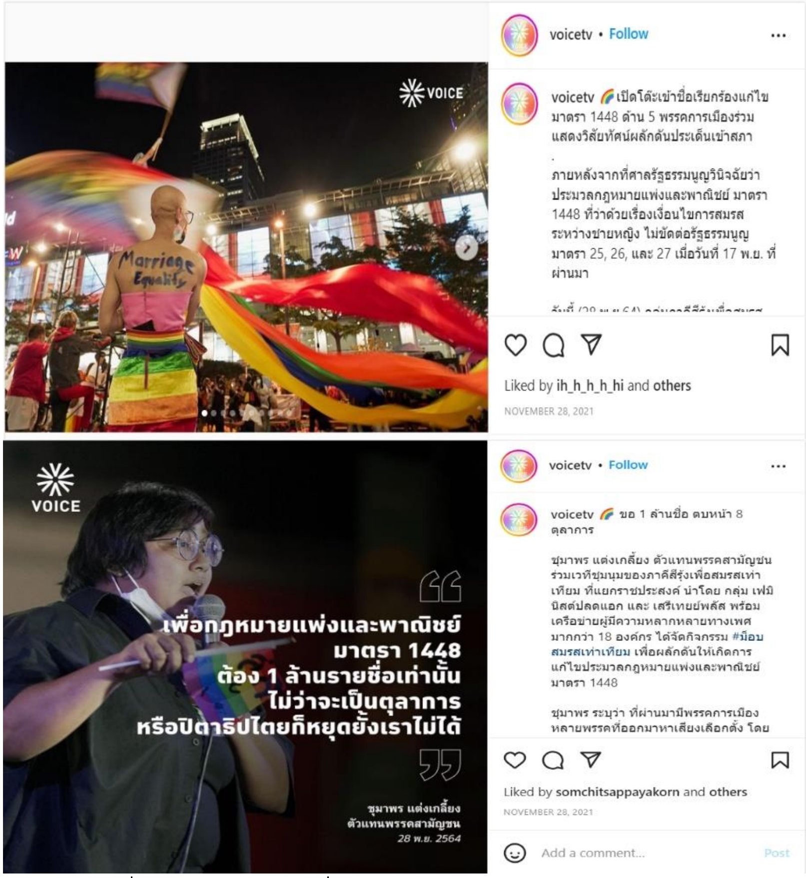
[215] Thematter.co. (2564, 28 พฤศจิกายน). ‘ฟลุ๊ค กะล่อน’ อินฟลูเอนเซอร์และเน็ตไอดอล ได้มาเข้าร่วมใน #ม็อบสมรสเท่าเทียม. www.instagram.com/p/CW0Rz6WPtkK/

และเน็ตไอดอลเป็นที่รู้จักในชื่อ ‘ฟลุ๊ค กะล่อน’ กล่าวถึงสถานการณ์ความไม่เท่าเทียมทางเพศและสิทธิสมรส ที่ LGBTQ+ และเพศทางเลือกอื่น ๆ ยังไม่ได้รับ ซึ่งมองว่าตนเองก็เป็นคนหนึ่งในสังคมที่ได้รับผลกระทบโดยตรง และต่อมาที่บัญชีผู้ใช้งานสื่อ Spectrum (@spectrum.th) นำเสนอสถานการณ์หลังจากที่เกิดการจัดกิจกรรมชุมนุมของกลุ่ม #ม็อบสมรสเท่าเทียม ผ่านหัวข้อข่าว “ผู้จัดม็อบสมรสเท่าเทียมกว่า 20 คน ถูกหมายจับข้อหาละเมิด พรก.ฉุกเฉิน หลังจัดการชุมนุมเรียกร้องในวันที่ 28 พฤศจิกายน ที่ผ่านมา โดยมีนัดหมายให้ไปรายงานตัวที่ สน.ลุมพินี วันที่ 21 ธันวาคม นี้”[216] กล่าวถึงสถานการณ์ที่เกิดกลุ่มองค์กรที่ผลักดันเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ ออกมาผลักดันให้สมรสเท่าเทียมได้เกิดขึ้นในประเทศไทย ในช่วงการจัดกิจกรรม #ม็อบสมรสเท่าเทียม ที่ผ่าน แต่แล้วก็มีผู้จัดงานจำนวน 20 คนถูกหมายจับในเวลาต่อมา ตามมาด้วยการรายงานสถานการณ์ข่าวจากบัญชีผู้ใช้งานสื่อ Modernist (@lifeatmodernist) ในหัวข้อสรุปข่าว “ก้าวต่อไปของสมรสเท่าเทียมและเรื่องเพศที่เท่ากัน”[217] นำเสนอบทสัมภาษณ์ของนายธัญวัจน์ กมลวงศ์วัฒน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคก้าวไกล หรือ ส.ส.ครูธัญ ในกรณีการผลักดันตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงคำนำหน้าไปจนถึงร่างพระราชบัญญัติแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ที่จะถูกหยิบยกกล่าวถึงต่อไปอีกในช่วง Pride Month เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับประเด็นที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับการรายงานสถานการณ์ปัจจุบันในหัวข้อข่าว “ร่าง พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม กำลังจะกลับสู่สภา 8 มิ.ย. นี้ อีกครั้งกับความหวังสู่กฎหมายที่เท่าเทียมทางเพศ ขอร่วมส่งเสียงว่า “สมรสเท่าเทียมไทยต้องได้สักที” ”[218] จากบัญชีผู้ใช้งานสื่อ Spectrum (@spectrum.th) นำเสนอรายงานสถานการณ์ของความพยายามยื่นร่างพระราชบัญญัติแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1448 ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคก้าวไกลเข้าสู่สภาผู้แทนราษฎรอีกครั้ง ซึ่งร่างพระราชบัญญัติฯ ฉบับนี้ มีผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ นอกจากนี้ยังนำเสนอบทสัมภาษณ์ของสมาชิกผู้แทนราษฎรผู้ยื่นร่างฯ ดังกล่าว กล่าวถึงความเคลื่อนไหวในประเด็นนี้ว่า “การสมรสคือสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศถูกพรากไป หวังว่าผู้แทนราษฎรทุกท่านจะโหวตเห็นด้วยในการรับร่างฯ ขอให้ทุกท่านอย่ามองเป็นเรื่องพรรคการเมือง แต่เป็นเรื่องของทุกคน” ดังรูปภาพที่นำเสนอ

[216] Spectrum.th. (2565, 14 ธันวาคม). ผู้จัดม็อบสมรสเท่าเทียมกว่า 20 คน ถูกหมายจับข้อหาละเมิด พรก.ฉุกเฉิน หลังจัดการชุมนุมเรียกร้องในวันที่ 28 พฤศจิกายน ที่ผ่านมา โดยมีนัดหมายให้ไปรายงานตัวที่ สน.ลุมพินี วันที่ 21 ธันวาคม นี้. www.instagram.com/p/CXdVOB1vEJx/

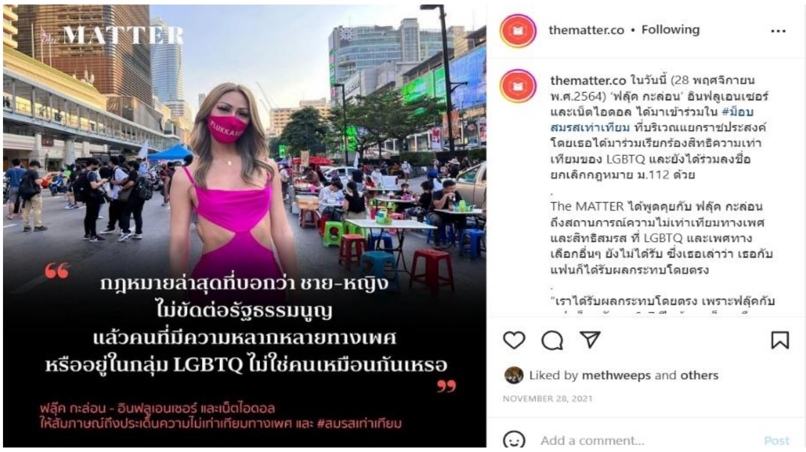
[217] Lifeatmodernist. (2565, 8 มิถุนายน). ก้าวต่อไปของสมรสเท่าเทียมและเรื่องเพศที่เท่ากัน. www.instagram.com/p/CegRm0hrQJA/

[218] Spectrum.th. (2565, 8 มิถุนายน). ร่าง พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม กำลังจะกลับสู่สภา 8 มิ.ย. นี้ อีกครั้งกับความหวังสู่กฎหมายที่เท่าเทียมทางเพศ ขอร่วมส่งเสียงว่า “สมรสเท่าเทียมไทยต้องได้สักที”. www.instagram.com/p/CegA9JMvx0R/




ภาพที่ 108 บัญชีผู้ใช้งานสื่อ Voicetv สรุปข่าว #ม็อบสมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.instagram.com/p/CW00y5VPDnp/




ภาพที่ 109 บัญชีผู้ใช้งานสื่อ thematter.co นำเสนอบทสัมภาษณ์เน็ตไอดอลที่เข้าร่วม #ม็อบสมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.instagram.com/p/CW0Rz6WPtkK/

ภาพที่ 110 บัญชีผู้ใช้งานสื่อ Spectrum.th สรุปข่าว #ม็อบสมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.instagram.com/p/CXdVOB1vEJx/

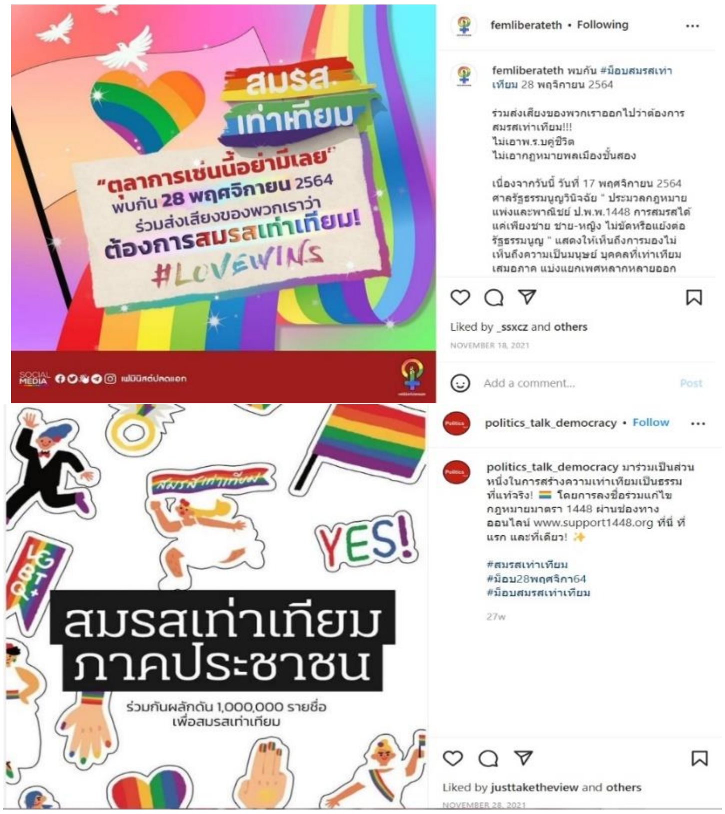
ภาพที่ 111 บัญชีผู้ใช้งานสื่อ Lifeatmodernist นำเสนอบทสัมภาษณ์สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคก้าวไกลต่อประเด็น #สมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.instagram.com/p/CegRm0hrQJA/

ในส่วนต่อมายังพบ การนำเสนอรายงานสถานการณ์การเคลื่อนไหวประเด็น #ม็อบสมรสเท่าเทียม จากบัญชีผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มนักกิจกรรมทางสังคม ได้แก่ กลุ่มเฟมินิสต์ปลดแอก (@femliberateth) โพสต์ภาพและรายละเอียดเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมชุมนุม #ม็อบสมรสเท่าเทียม ในหัวข้อข่าวประชาสัมพันธ์ "ตุลาการเช่นนี้อย่ามีเลย พบกัน #ม็อบสมรสเท่าเทียม 28 พฤจิกายน 2564 ร่วมส่งเสียงของพวกเราออกไปว่าต้องการสมรสเท่าเทียม!!!"[219] นำเสนอการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้เข้าร่วมแสดงออกถึงการสนับสนุน #สมรสเท่าเทียม ผ่านกิจกรรมชุมนุม หลังจากศาลรัฐธรรมนูญมีคำวินิจฉัยต่อประเด็นการเคลื่อนไหวที่กลุ่มม็อบสมรสเท่าเทียมเรียกร้องนี้ เช่นเดียวกันกับบัญชีผู้ใช้งานกลุ่ม Young Designer For Democracy (@ydfd.2020) ก็มีการโพสต์เชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมชุมนุมดังกล่าวเช่นกัน ในหัวข้อข่าว

[219] Femliberateth. (2564, 18 พฤศจิกายน). ตุลาการเช่นนี้อย่ามีเลย พบกัน #ม็อบสมรสเท่าเทียม 28 พฤจิกายน 2564 ร่วมส่งเสียงของพวกเราออกไปว่าต้องการสมรสเท่าเทียม!!!. www.instagram.com/p/CWZwgYPLNoB/

ประชาสัมพันธ์ “#ม็อบสมรสเท่าเทียม พบกันวันพรุ่งนี้ เวลา 16.00 น. ณ แยกราษฎรประสงค์”[220] ตามด้วยการโพสต์เชิญชวนลงชื่อสนับสนุนกฎหมายสมรสเท่าเทียม จากบัญชีผู้ใช้งานกลุ่ม Politics talk (@politics_talk_democracy) ในหัวข้อข่าวประชาสัมพันธ์ “สมรสเท่าเทียม ภาคประชาชน ร่วมกันผลักดัน 1,000,000 รายชื่อ เพื่อสมรสเท่าเทียม”[221] และในส่วนท้าย พบการรายงานสถานการณ์การเคลื่อนไหวประเด็น #สมรสเท่าเทียม จากบัญชีผู้ใช้งานองค์กรไม่แสวงหากำไร iLaw (@ilawclub) นำเสนอการเล่าเรื่องราวของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีความต้องการเรียกร้องและผลักดันในเกิดการแก้กฎหมายสมรสเท่าเทียมในรูปแบบคลิปวิดีโอ ในหัวข้อที่ว่าด้วย “ลุ้นสภา! รับหลักการ #สมรสเท่าเทียม หลังครม. เห็นชอบร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิต เป็นกฎหมายแยกสำหรับคู่รักเพศเดียวกัน”[222] อีกด้วย ดังรูปภาพที่นำเสนอ



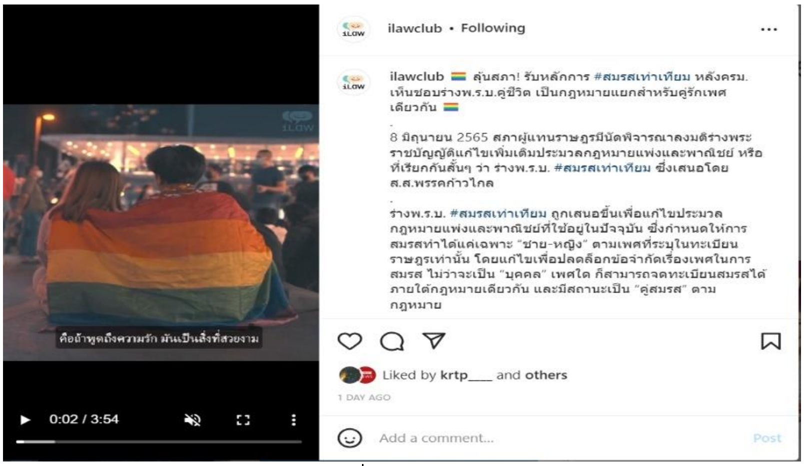

ภาพที่ 112 บัญชีผู้ใช้งานกลุ่ม Femliberateth โพสต์เชิญชวนเข้าร่วม #ม็อบสมรสเท่าเทียม,กลุ่ม politics_talk_democracy โพสต์เชิญชวนลงชื่อสนับสนุนกฎหมาย #สมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.instagram.com/p/CWZwgYPLNoB/, www.instagram.com/p/CW0ULZGhzR7/ www.instagram.com/p/CW0ULZGhzR7/

[220] Ydfd.2020. (2564, 27 พฤศจิกายน). “#ม็อบสมรสเท่าเทียม พบกันวันพรุ่งนี้ เวลา 16.00 น. ณ แยกราษฎรประสงค์. www.instagram.com/p/CWyOnHTLEf-/

[221] politics_talk_democracy. (2564, 28 พฤศจิกายน). สมรสเท่าเทียม ภาคประชาชน ร่วมกันผลักดัน 1,000,000 รายชื่อ เพื่อสมรสเท่าเทียม. www.instagram.com/p/CW0ULZGhzR7/

[222] Ilawclub. (2565, 8 มิถุนายน). ลุ้นสภา! รับหลักการ #สมรสเท่าเทียม หลังครม. เห็นชอบร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิต เป็นกฎหมายแยกสำหรับคู่รักเพศเดียวกัน. www.instagram.com/p/Cehrip1JVli/




ภาพที่ 113 บัญชีผู้ใช้งานองค์กร ilawclub นำเสนอเรื่องราวกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ สนับสนุน #สมรสเท่าเทียม
ที่มา : www.instagram.com/p/Cehrip1JVli/

โดยสรุปแล้ว จากผลการศึกษาการนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็น #ม็อบสมรสเท่าเทียม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Instagram นั้น มีรูปแบบการนำเสนอข่าวในรูปแบบสรุปประเด็นเป็นข่าวสั้น เพื่อสร้างความเข้าใจง่าย ข้อมูลกระชับ ใช้ถ้อยคำที่กระตุ้นความตระหนัก ความสนใจต่อปัญหาไปยังผู้รับสื่อออนไลน์ ซึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ Instagram แม้ว่าลักษณะการใช้งานจะไม่ได้มุ่งเน้นเป็นเครื่องมือสำหรับการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบโต้ตอบการรับส่งข้อความกันอย่างทันทีทันใดหรือแบบเรียลไทม์ (Real-time) แต่หากพิจารณาลักษณะการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มนี้ ประกอบกับผลการศึกษาการนำเสนอข่าวสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็นม็อบสมรสเท่าเทียม ก็ปรากฏบัญชีผู้ใช้งานที่หลากหลาย ทั้งบัญชีผู้ใช้งานสื่อกระแสหลัก สื่อใหม่ กลุ่มนักกิจกรรมทางสังคม และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร อยู่บน Instagram ด้วย การนำเสนอข่าวผ่านบัญชีผู้ใช้งานดังที่กล่าวมา ส่วนใหญ่จึงใช้งานสื่อ Instagram ในแง่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลสั้น ๆ เข้าถึงง่าย ในเบื้องต้นและมีการลงช่องทางลิงก์ข่าวการเคลื่อนไหวฉบับเต็มที่ละเอียดขึ้นไปยังเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มอื่นอย่าง Facebook Twitter และ Youtube เพื่อให้ผู้รับสื่อสามารถศึกษาข้อมูลข่าวเพิ่มเติมมากกว่าที่ปรากฏอยู่บน Instagram

### 2.2.5 ติ๊กตอก (Tiktok)

"TikTok" (หรือ "Douyin" ในประเทศจีน) เป็นแพลตฟอร์ม Social Media ในสังกัดของ ByteDance ที่เริ่มให้บริการเมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2559 โดยมีจุดเด่น คือ การสร้างและแชร์วิดีโอสั้นกับผู้คนบนโลกออนไลน์ โดยในตัวแอปพลิเคชันจะมีเอฟเฟคต่าง ๆ ทั้งภาพและเสียง ให้ผู้ใช้งานได้สนุกไปกับการแต่งวิดีโอของตัวเองตามที่ต้องการ ดังนั้นผู้ใช้งาน TikTok ส่วนมากจึงเน้นเข้ามาเพื่อรับชมความบันเทิงมากกว่าสาระ (แต่ก็มีวิดีโอของผู้ใช้งานบางกลุ่มที่ให้สาระเช่นเดียวกัน)[223]

[223] Thumbs up. (2563, 30 มกราคม). TikTok คืออะไร? ส่องเทรนด์แพลตฟอร์มที่มาแรงที่สุดในปี 2020. www.thumbsup.in.th/tiktok-trends-2020

ปัจจุบัน TikTok มีผู้ใช้รายวันทั่วโลกประมาณ 500 ล้านคน (อยู่ในจีนประมาณ 150 ล้านคน) และจากสถิติยังพบว่าแอปพลิเคชัน TikTok ได้รับการยอมรับอย่างมากในประเทศแถบเอเชีย เช่น กัมพูชา ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย และเวียดนาม ซึ่งหากนำมาเทียบกับแพลตฟอร์มรุ่นพี่อย่าง Instagram ที่ใช้เวลา 6 ปี ในการสร้างฐาน Daily Active User ให้ได้ 500 ล้านคนแล้ว TikTok ถือว่าได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วกว่ามาก เพราะใช้เวลาเพียงแค่ประมาณ 3 ปี เท่านั้น กว่าร้อยละ 41 ของผู้ใช้ TikTok พบว่า เป็นวัยรุ่นที่มีอายุในช่วง 16 - 24 ปี ซึ่งอยู่ในช่วง General Z ถือเป็นประชากรกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดบนแพลตฟอร์ม ปัจจุบัน TikTok เปิดให้บริการใน 155 ประเทศ และรองรับถึง 75 ภาษาทั่วโลก โดย 3 ประเทศที่มีผู้ใช้แอปพลิเคชัน TikTok สูงที่สุดคือ อินเดีย จีน และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ซึ่งปริมาณผู้ใช้ในอินเดียนั้นเกือบจะเทียบได้กับ 1 ใน 3 ของผู้ใช้ TikTok ทั่วโลก[224]

การเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ ที่พบปรากฏผ่านรูปแบบคลิปวิดีโอบนแพลตฟอร์ม TikTok นั้น ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะนำเสนอเหตุการณ์ สถานการณ์ ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นไปแล้ว จะไม่ได้นำเสนอสถานการณ์ความเคลื่อนไหวอย่างทันท่วงที (Real-time) เหมือนเช่นบนสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มอื่น ไม่ว่าจะเป็น Facebook Twitter หรือก็ไม่ปรากฏรูปแบบการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ ระดมพลเข้าร่วมการชุมนุมดังเช่นบน Instagram และไม่ได้ปรากฏการนำเสนอคลิปวิดีโอที่มีการถ่ายทอดสด (Live) ระยะยาว หรือแม้แต่คลิปวิดีโอข่าวสั้นเหมือนบน Youtube แต่สิ่งที่พบได้บนแพลตฟอร์ม TikTok ก็มักจะเป็นคลิปวิดีโอสถานการณ์ที่ถูกนำเสนอโดยสื่อกระแสหลักผ่านช่องโทรทัศน์ สื่อใหม่ สื่อออนไลน์ ที่นำเสนอผ่านช่องทางของตนเองไปแล้ว ถูกผู้ใช้งาน TikTok บันทึกคลิปวิดีโอการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ มานำเสนอต่อ ด้วยวิธีการโพสต์อัปโหลด ปรับแต่งการใส่ข้อความ ใส่เสียงประกอบ ฯลฯ ลงบนบัญชีผู้ใช้งานของตนเอง นอกจากนี้พบว่า บัญชีผู้ใช้งานบางรายมีการนำเสนอคลิปวิดีโอที่บันทึกมาจากแหล่งเผยแพร่อื่น แต่มีการแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ วิพากย์วิจารณ์ รวมถึงสรุปประเด็นข่าวอีกที เพื่อสร้างความเข้าใจได้ง่ายในระดับการใช้ภาษาพูดอีกด้วย แต่ก็พบว่าบัญชีผู้ใช้งานส่วนหนึ่ง นำเสนอคลิปวิดีโอสถานการณ์การเคลื่อนไหวจากการลงพื้นที่เข้าร่วมชุมนุมและบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แล้วจึงปรับแต่งตัดต่อ เพื่อนำเสนอคลิปวิดีโอนั้นด้วยตนเองเช่นกัน ดังรูปภาพที่นำเสนอข้างต้น

ตัวอย่างการใช้งานโดยบัญชีผู้ใช้งานส่วนบุคคลที่ถ่ายทอดเหตุการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคม อาทิ #ม็อบเยาวชนปลดแอก #ม็อบนักเรียนเลว #ม็อบอาชีวะโค่นเผด็จการ #ม็อบรถบรรทุก #ม็อบชาวนา #ม็อบสมรสเท่าเทียม #ม็อบปกป้องสถาบัน โดยมีลักษณะการถ่ายทอดคลิปเป็นช่วงสั้น ๆ ด้วยการใช้ภาพที่บันทึกด้วยตนเอง

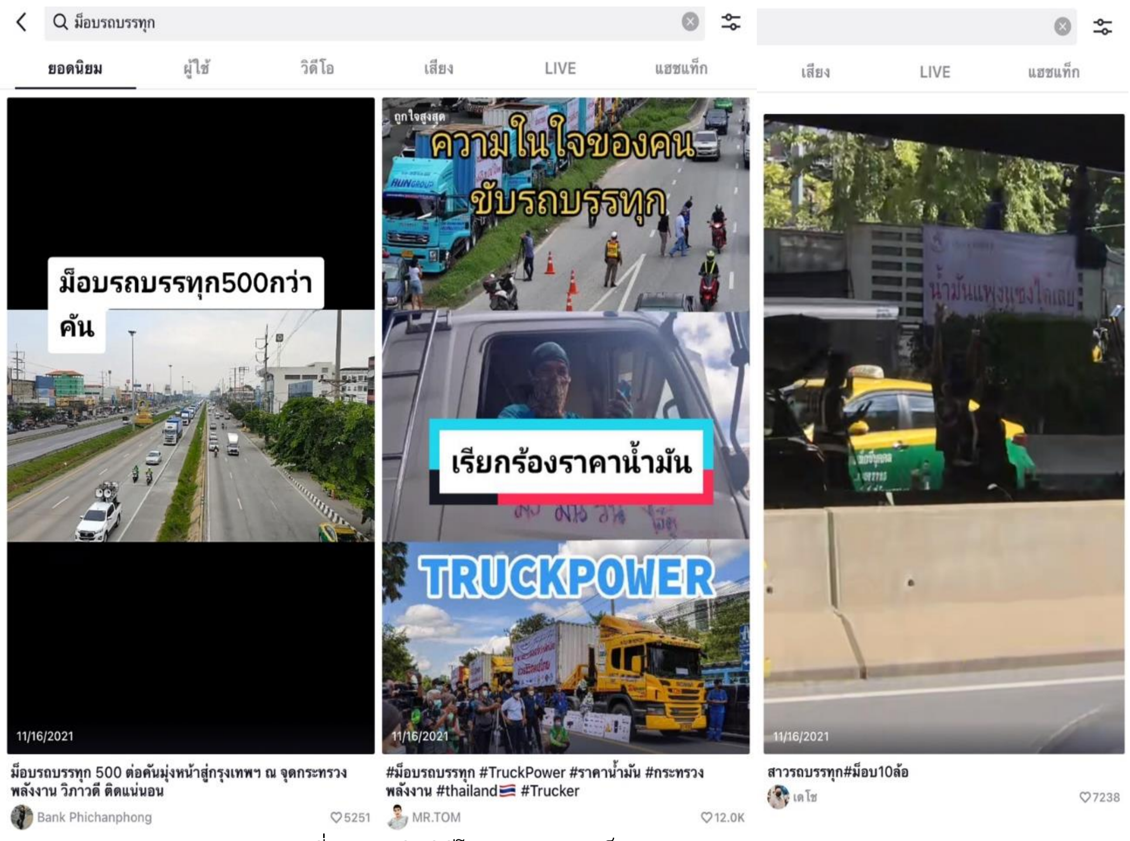
[224] เรื่องเดียวกัน.

ภาพที่ 114 คลิปวิดีโอการชุมนุม #ม็อบเยาวชนปลดแอก บน TikTok

ที่มา : www.tiktok.com/search?q=ม็อบเยาวชนปลดแอก&t=1654855971471

ภาพที่ 115 คลิปวิดีโอการชุมนุม #ม็อบนักเรียนเลว และ#ม็อบอาชีวะโค่นเผด็จการ บน TikTok

ที่มา : www.tiktok.com/search?q=ม็อบนักเรียนเลว&t=1654855944442, www.tiktok.com/search?q=ม็อบอาชีวะโค่นเผด็จการ&t=1654855900798, www.tiktok.com/search?q=ม็อบปกป้องสถาบัน&t=1654855749620




ภาพที่ 116 คลิปวิดีโอการชุมนุม #ม็อบรถบรรทุก บน TikTok

ที่มา : www.tiktok.com/search?q=ม็อบรถบรรทุก&t=1654855539971

ภาพที่ 117 คลิปวิดีโอการชุมนุม #ม็อบชาวนา บน TikTok

ที่มา : www.tiktok.com/search?q=ม็อบชาวนา&t=1654837970194

ภาพที่ 118 คลิปวิดีโอการชุมนุม #ม็อบสมรสเท่าเทียม บน TikTok

ที่มา : www.tiktok.com/search?q=ม็อบสมรสเท่าเทียม&t=1654855680857

ตัวอย่างการใช้งานโดยบัญชีผู้ใช้งานประเภทกลุ่มการเคลื่อนไหว องค์กรข่าว ที่ถ่ายทอดเหตุการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคม อาทิ #ม็อบทะลุฟ้า #ม็อบรถบรรทุก #ม็อบปกป้องสถาบัน โดยมีทั้งลักษณะการถ่ายทอดคลิปเป็นช่วงสั้น ๆ ด้วยการใช้ภาพที่บันทึกด้วยตนเอง และการใช้ภาพข่าวสั้นที่เป็นเนื้อหาเดียวกันกับแพลตฟอร์มรายงานข่าวในช่องทางรายงานข่าวแบบเป็นทางการ

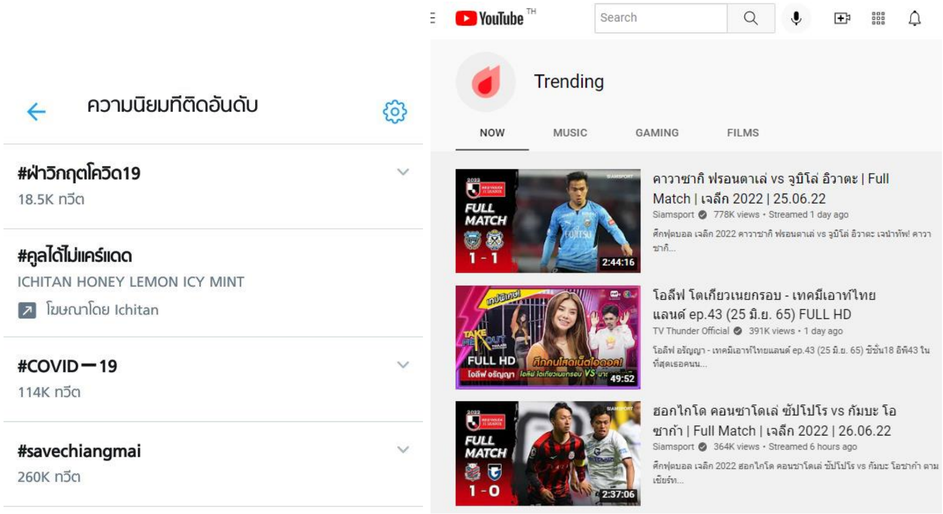
ภาพที่ 119 คลิปวิดีโอการชุมนุม #ม็อบทะลุฟ้า #ม็อบรถบรรทุก #ม็อบปกป้องสถาบัน บน TikTok

ที่มา : www.tiktok.com/search?q=ม็อบทะลุฟ้า&t=1654855842689, www.tiktok.com/search?q=ม็อบรถบรรทุก&t=1654855539971, www.tiktok.com/search?q=ม็อบปกป้องสถาบัน&t=1654855749620

โดยสรุปแล้ว แม้แพลตฟอร์ม TikTok จะไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการเคลื่อนไหวทางสังคมได้โดยตรง แต่ก็ยังคงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถเผยแพร่เหตุการณ์ สถานการณ์ ในประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้น ผ่านรูปแบบคลิปวิดีโอระยะเวลาสั้น ทำให้ผู้รับสื่อที่ใช้งานอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ดังกล่าว รับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นแต่ละครั้งของการเคลื่อนไหวในช่วงเวลาปัจจุบัน แต่ทั้งนี้ผู้รับสื่อเองต้องมีวิจารณญาณต่อการรับสื่อข่าวสารเพียงการดูคลิปวิดีโอสั้น ๆ ด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจาก พบว่าคลิปวิดีโอส่วนใหญ่ที่ปรากฏบนแพลตฟอร์ม TikTok จะถูกตัดต่อ ต่อเติม ข้อมูล ความคิดเห็นของบัญชีผู้ใช้งานที่เป็นผู้เผยแพร่นั่นเอง

# บทที่ 3 การสำรวจแนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อ เพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอเนื้อหาในช่องทางของตนเองให้มีความน่าเชื่อถือ และนำมาวิเคราะห์มิติในการนำเสนอ

การออกแบบวิเคราะห์แนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อ เพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอเนื้อหาให้มีความน่าเชื่อถือและมีมิติในการนำเสนอ ซึ่งในประเด็นของ “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” นั้น การวิเคราะห์แนวโน้มการใช้คำมีความสัมพันธ์กับสื่อสารมวลชนเป็นอย่างยิ่ง โดยในปัจจุบันเป็นยุคที่มีการสื่อสารข้ามแพลตฟอร์มระหว่างสื่อสังคมยุคใหม่กับสื่อกระแสหลักอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการที่สื่อกระแสหลักมีการนำเสนอเนื้อหาจากสื่อสังคมที่ได้รับความนิยม หรือที่รับรู้กันว่าเป็น “ประเด็นติดเทรนด์” โดยในสื่อสังคมประเภทต่าง ๆ ก็จะมีรูปแบบการนำเสนอเทรนด์ยอดนิยมของแพลตฟอร์มของตนเองที่แตกต่างกันไป หรือการที่ช่องทางสื่อสังคมยุคใหม่ทำหน้าที่เป็นช่องทางกระจายข่าวสารที่สื่อกระแสหลักได้นำเสนอเช่นกัน รูปแบบความสัมพันธ์ของแพลตฟอร์มต่าง ๆ เหล่านี้ สื่อสารมวลชนจึงต้องทำความเข้าใจเพื่อประโยชน์ในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณภาพ




ภาพที่ 120 ตัวอย่างการนำเสนอเทรนด์ที่เป็นประเด็นยอดนิยมของแพลตฟอร์ม Twitter และ Instragram

ภาพที่ 121 การนำเสนอเนื้อหาจากเทรนด์ที่เป็นประเด็นยอดนิยมของแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยสื่อกระแสหลัก

ที่มา : www.youtube.com/watch?v=mzxyUcpc3oA, www.youtube.com/watch?v=JYGqXAiTtyM

ภาพที่ 122 การที่สื่อสังคมยุคใหม่ ทำหน้าที่เป็นช่องทางกระจายข่าวสารที่สื่อกระแสหลักได้นำเสนอ

ที่มา : www.instagram.com/p/CbZ7EfBL4z-/,www.instagram.com/p/CeihohyLTZo/

การออกแบบวิเคราะห์แนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อ เพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอเนื้อหานั้นมีความเชื่อมโยงกับการรับฟังเสียงทางสังคม (Social Listening) ในปัจจุบันนิยมใช้คำเรียกทับศัพท์เป็นคำที่เข้าใจได้ชัดเจน โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือออนไลน์ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) ในการเก็บความคิดเห็นที่เกิดขึ้นบนสังคมออนไลน์ผ่านการระบุคำหลัก ทำให้เห็นถึงการสนทนาที่หลากหลาย เปิดกว้าง เป็นอิสระ ไม่ถูกจำกัดด้วยข้อคำถามในแบบสอบถาม และการสนทนามีวันที่และเวลากำกับแน่ชัด (Timestamp)[225]

การรับฟังเสียงทางสังคม (Social Listening ) มีโปรแกรมเพื่อช่วยวิเคราะห์หลากหลายโปรแกรมทั้งในรูปแบบที่สามารถเข้าใช้งานได้ฟรี ซึ่งผู้ใช้งานจะได้ข้อมูลเบื้องต้นในภาพใหญ่ อาทิ Google Trend และ Google Analytic และโปรแกรมที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้งานที่สามารถทำการรับฟังเสียงทางสังคม

---

[225] รัสมิ์กร นพรุจกุล เรียบเรียงโดย สุภาวดี ตันติยานนท์, อธิโชค พิมพ์วิริยะกุล (2020, 29 ธันวาคม). เก็บเสียงผ่านตัวอักษรด้วย 'Social Listening'. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2565, จาก https://ippd.or.th/social-listening/?fbclid=IwAR35hCj5bEKFi5ZipS2UQxzp2o1lKGlUvACLRfNYgrSJ9O_U1fFYddlWiFM

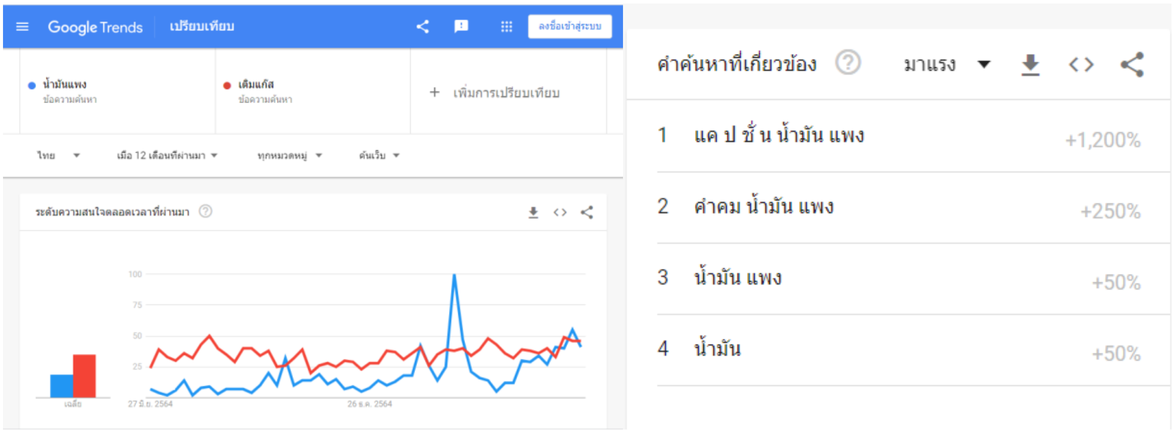
(Social Listening ) ได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งมีผู้ให้บริการอย่างหลากหลาย ดังจะได้นำเสนอหลักการและแนวทางที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

**1. การออกแบบวิเคราะห์แนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อ เพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอเนื้อหา**

ปัจจัยสำคัญที่สื่อมวลชนจะเลือกใช้คำเพื่อนำไปสืบค้น หรือนำไปประกอบการทำ Social Monitoring และ Social Listening นั้น คือ ทักษะการเลือกใช้คำในการสืบค้น หรือ คีย์เวิร์ด (Keyword) ซึ่งลักษณะเฉพาะของภาษาไทยมีระดับของภาษาที่หลากหลาย อีกทั้งประกอบกับธรรมชาติของการใช้ภาษาบนช่องทางสื่อสังคมที่มีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของบัญชีผู้ใช้งาน และลักษณะตามธรรมชาติของผู้ใช้งานซึ่งหากเป็นช่องทางที่เป็นทางการ เช่น บัญชีใช้งานของหน่วยงาน องค์กร จะมีการใช้คำสำคัญที่ถูกต้องตามหลักภาษา ส่วนช่องทางหรือบัญชีผู้ใช้งานที่เป็นบุคคลจะมีการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ และมีการใช้คำที่หลากหลายอย่างมาก ดังแนวทางในการกำหนดและรวบรวมคีย์เวิร์ดให้ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.1 การกำหนดคีย์เวิร์ดเองตามวัตถุประสงค์ เช่น การกำหนดคำที่ตรงตัว หรือเป็นชื่อเฉพาะของกลุ่มทางสังคม หน่วยงาน องค์กร หรือชื่อประเด็นต่าง ๆ ที่มีความเฉพาะทาง และผู้กำหนดทราบขอบเขตของคำที่ค้นหาอยู่แล้ว[226]

1.2. การใช้โปรแกรม Google Trends สามารถใช้งานได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยเป็นตัวช่วยกำหนดกลุ่มคีย์เวิร์ด ซึ่งเหมาะสมสำหรับการที่มีเป้าหมายอยู่แล้วว่าต้องการนำข้อมูลไปใช้อย่างไรบ้าง[227]




ภาพที่ 123 ตัวอย่างการใช้โปรแกรม Google Trends

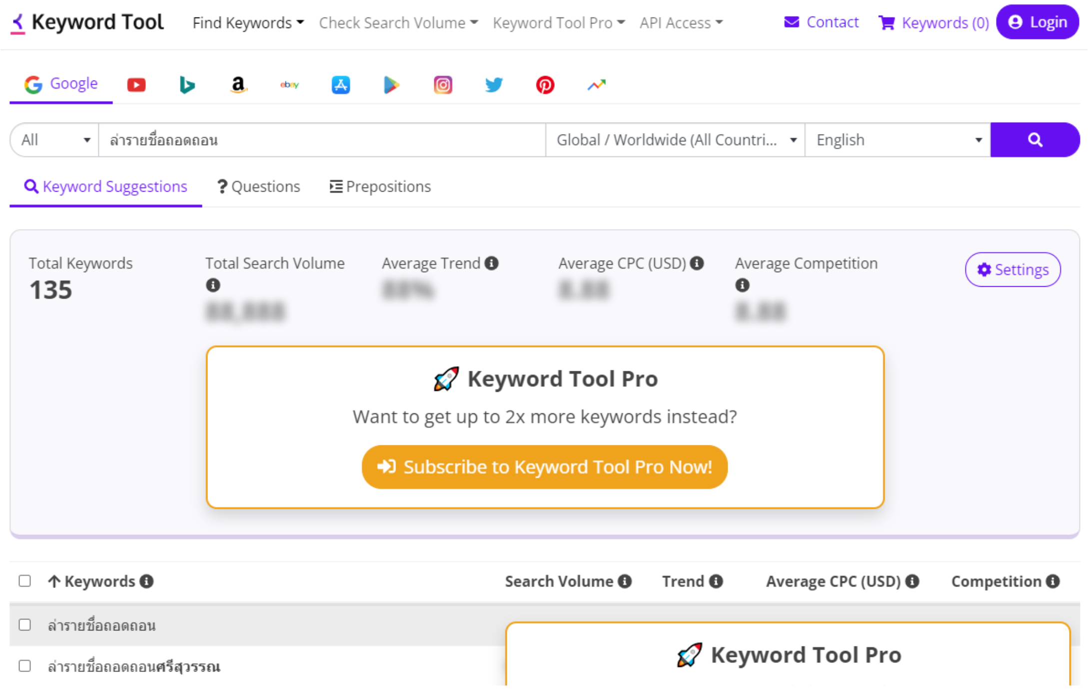
ที่มา : www.trends.google.co.th

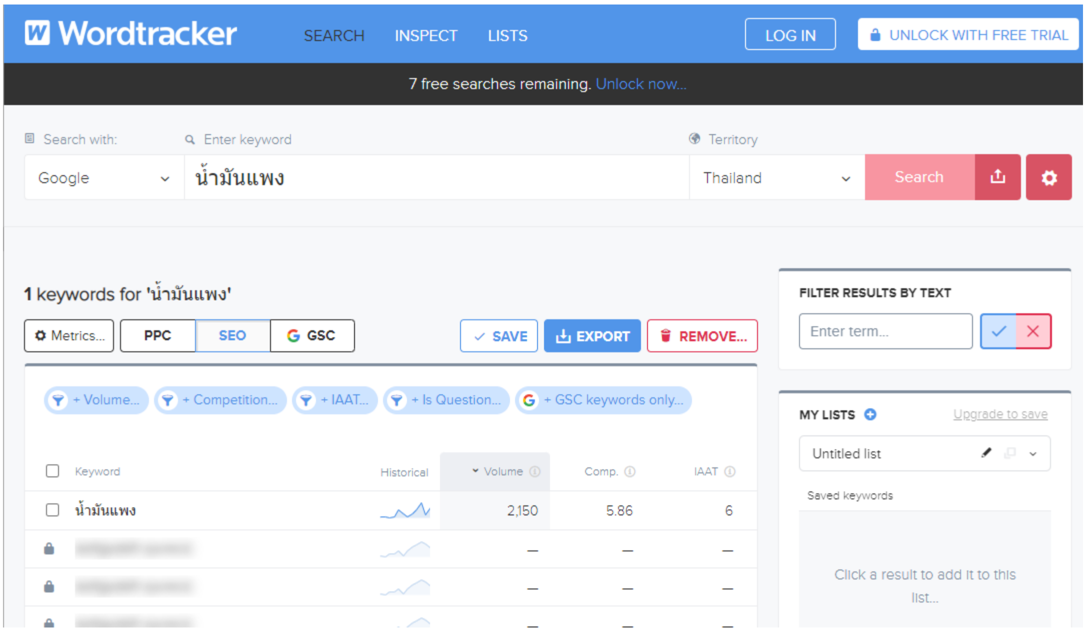
---

[226] Mandalasystem (2021, 31 พฤษภาคม). ทำไม Keyword ถึงสำคัญกับการใช้ Social Listening Tool. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2565, จาก www.mandalasystem.com/blog/th/155/social-listening-31052021

[227] เรื่องเดียวกัน

1.3 การใช้โปรแกรมแนะนำคีย์เวิร์ดหรือโปรแกรมอื่นที่มีความคล้ายคลึงกับการใช้งานของโปรแกรม Google Trends แต่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้งานเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างสมบูรณ์แบบ เช่น โปรแกรม Keywordtool.io[228] โปรแกรม wordtracker.com




ภาพที่ 124 ตัวอย่างโปรแกรมแนะนำคีย์เวิร์ดแบบมีค่าใช้จ่าย

ที่มา : www.keywordtool.io, ww.wordtracker.com

[228] Mandalasystem (2021, 31 พฤษภาคม). ทำไม Keyword ถึงสำคัญกับการใช้ Social Listening Tool. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2565, จาก www.mandalasystem.com/blog/th/155/social-listening-31052021

1.4 การระบุคีย์เวิร์ดให้เฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนด้วยการเพิ่มคีย์เวิร์ด วิธีการนี้ คือ การเพิ่มรายละเอียดของคีย์เวิร์ดที่ต้องการทราบลงไปโดยใช้เครื่องหมายบวก (+) เพื่อประโยชน์ในการแสดงผลที่ละเอียดมากขึ้น ในกรณีต้องการทราบความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับการล่ารายชื่อต่าง ๆ ก็ต้องใส่รายละเอียดที่เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุด เช่น **ล่ารายชื่อ**เสนอกฎหมายสมรสเท่าเทียม **เข้าชื่อ**เสนอกฎหมายสมรสเท่าเทียม **รวบรวมรายชื่อ**เสนอกฎหมายสมรสเท่าเทียม **ลงชื่อ**เสนอกฎหมายสมรสเท่าเทียม เป็นต้น

1.5 การระบุคีย์เวิร์ดให้เฉพาะเจาะจง เพื่อลดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง ด้วยการลดคีย์เวิร์ดหรือระบุช่วงเวลาให้ชัดเจน เป็นการช่วยให้ข้อมูลที่ต้องการศึกษานั้นมีความชัดเจนและจำกัดวงให้เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะศึกษาได้ชัดเจนมากขึ้น โดยมากมักเป็นคำสั่งลดคีย์เวิร์ดที่ไม่เกี่ยวข้อง ชื่อว่า “Excluded Keywords” ซึ่งคำสั่งนี้เป็นการสั่งไปที่โปรแกรมว่าเนื้อหาข้อมูลที่กำลังดำเนินการเก็บต่อไปนี้มีเนื้อหาที่ตรงกับคีย์เวิร์ดที่ใส่หรือไม่ หากมีคำหรือข้อความต่อไปนี้ไม่ต้องเก็บเข้ามา หรืออีกวิธีหนึ่งคือกำหนดช่วงเวลาของข้อมูลที่จะศึกษาให้ชัดเจน

1.6 การใส่คีย์เวิร์ดควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของภาษาไทย ซึ่งมีระดับของภาษาที่หลากหลาย อีกทั้งประกอบกับธรรมชาติของการใช้ภาษาบนช่องทางสื่อสังคมที่มีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของบัญชีผู้ใช้งาน และลักษณะตามธรรมชาติของผู้ใช้งาน โดยมี 2 ประเด็น ดังนี้

1.6.1 อย่าละเลยคำแสลง ในการใช้เรียกขานสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่กำลังศึกษา โดยเฉพาะโลกออนไลน์ที่จะไม่ใช้คำในการสื่อสารตรงไปตรงมา ยิ่งไปกว่านั้นประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นประเด็นที่มีการใช้คำแสลงและหลีกเลี่ยงการใช้คำที่สะท้อนสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากต้องการหลบเลี่ยงประเด็นทางกฎหมาย จึงเป็นความท้าทายของนักวิจัยที่ดำเนินการศึกษาและต้องรวบรวมค้นหาคีย์เวิร์ดประเภทนี้ให้ได้มากที่สุด

1.6.2 อย่าละเลยคำที่สะกดผิด คำในภาษาไทยที่มักนำมาใช้แล้วสะกดคำผิดจำแนกได้ 3 ประเภท คือ 1) การสะกดคำผิดในคำภาษาไทย เช่น คำว่า “นะคะ” สะกดผิดเป็น “นะค่ะ” “อนุญาต” สะกดผิดเป็น “อนุญาติ” เป็นต้น 2) การสะกดคำผิดในคำทับศัพท์ เช่น คำว่า “โรแมนติก” สะกดผิดเป็น “โรแมนติค” “เกม” สะกดผิดเป็น “เกมส์” เป็นต้น และ 3) การสะกดคำผิดในคำที่เป็นชื่อเฉพาะ เช่น คำว่า “แอร์เอเชีย” สะกดผิดเป็น “แอร์เอเซีย” เป็นต้น การสะกดคำผิดเหล่านี้เป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม ซึ่งควรใส่คีย์เวิร์ดที่มีการสะกดผิดเข้าไปด้วย เพื่อไม่ให้เราพลาดข้อมูลบางอย่างไป[229]

[229] Mandalasystem (2021, 31 พฤษภาคม). ทำไม Keyword ถึงสำคัญกับการใช้ Social Listening Tool. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2565, จาก www.mandalasystem.com/blog/th/155/social-listening-31052021

## 2. การใช้โปรแกรม Google Trend ช่วยรวบรวมคีย์เวิร์ด

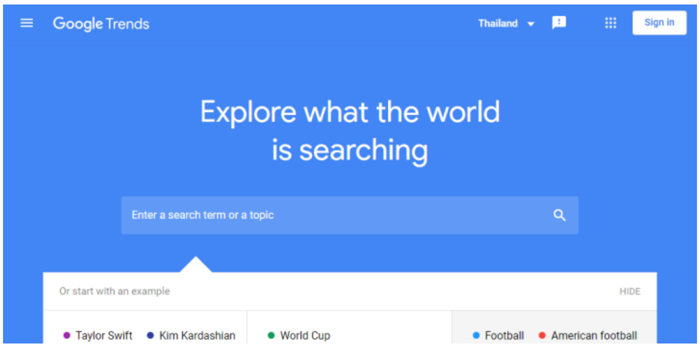
โปรแกรมกูเกิ้ลเทรนด์ (Google Trends) คือ เครื่องมือที่ให้บริการโดยไม่มีค่าใช้จ่ายจากทางบริษัทกูเกิ้ลที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานทั่วไป สามารถทราบพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลและแนวโน้มความสนใจของคนทั่วโลกที่ทำการค้นหาด้วยคีย์เวิร์ดต่าง ๆ ผ่าน Google โดยการใส่คำค้นหาตามประเด็นที่ต้องการทราบลงไป แล้วระบบมีการปรับแต่งผลลัพท์ให้ตามขอบเขตที่ต้องการทราบ และมีฟังก์ชันการเปรียบเทียบคำค้นหาที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถช่วยให้ค้นหาคีย์เวิร์ดได้ดีและได้รับความนิยมจากผู้เข้าใช้งาน หรือกำลังเป็นกระแสอยู่นั่นเอง โดยประโยชน์หลักของโปรแกรม Google Trend นั้น คือ 1) สามารถช่วยในการวางแผนกำหนดกลุ่มคีย์เวิร์ดที่ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา 2) สามารถแสดงแนวโน้มของประเด็นที่ต้องการศึกษาได้ 3) ใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการศึกษาความเคลื่อนไหว ณ ช่วงเวลาที่ต้องการทำการศึกษา 4) ใช้เปรียบเทียบคีย์เวิร์ดที่มีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน และ 5) สามารถตรวจสอบกลุ่มเป้าหมายจากคีย์เวิร์ดได้ว่าอยู่ในพื้นที่ใดมากที่สุด

การใช้ประโยชน์ของกูเกิ้ลเทรนด์แรกเริ่มนั้น มักเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด แต่ก็มีการนำมาปรับใช้เพื่อการศึกษาพฤติกรรมทางสังคมบนโลกออนไลน์กันอย่างแพร่หลายเช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นการนำหลักการต่าง ๆ ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการกำหนดคีย์เวิร์ดและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการทำการศึกษาพฤติกรรม ดังรายละเอียดการใช้งานโปรแกรมกูเกิ้ลเทรนด์ต่อไปนี้

2.1 การเข้าใช้งานโปรแกรมกูเกิ้ลเทรนด์ (Google Trends)

การเริ่มเข้าใช้งานโปรแกรมกูเกิ้ลเทรนด์ Google Trends นั้น สิ่งที่จะต้องเตรียมคือคีย์เวิร์ดที่จะใช้ค้นหารวมถึงวัตถุประสงค์ในการค้นหา เช่น ต้องการรวบรวมคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปทำการรับฟังเสียงทางสังคม (Social Listening ) หรือต้องการค้นหาช่วงเวลาที่เกิดการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาเพื่อจะดำเนินการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลานั้น

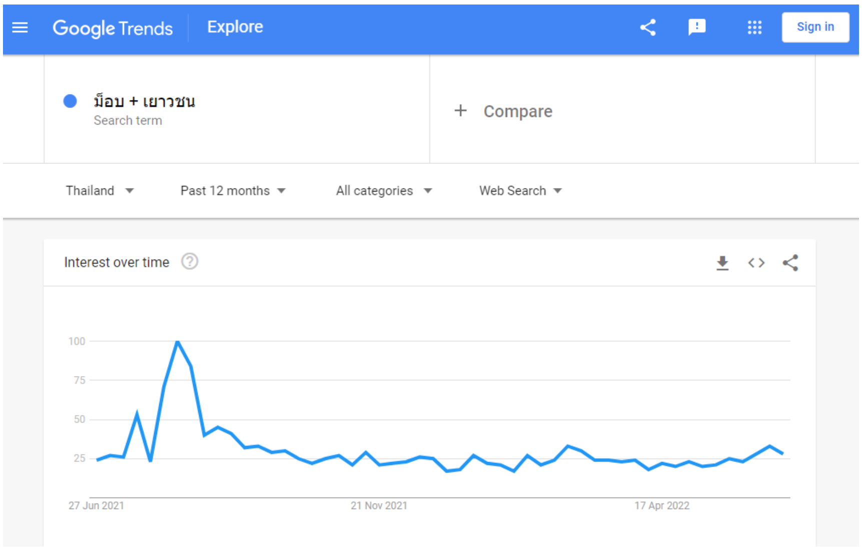
2.1.1 เข้าเว็บไซต์ trends.google.com และกำหนดขอบเขตพื้นที่เป้าหมายเป็นประเทศไทย




ภาพที่ 125 โปรแกรมกูเกิ้ลเทรนด์ (Google Trends)

ที่มา : www.google.co.th/trends

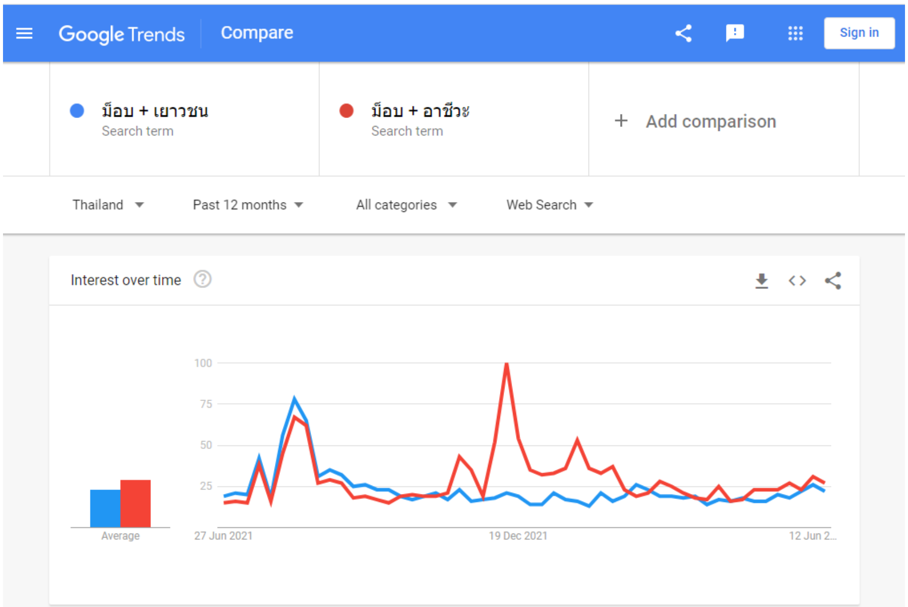
2.1.2 พิมพ์คำค้นหาที่ต้องการลงบนช่องค้นหา และเริ่มต้นการอ่านค่าโดยพิจารณาว่าผลการสืบค้นสอดคล้องกับความเป็นจริงหรือไม่ และทำการพิจารณาคำที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมารวบรวมเป็นกลุ่มคีย์เวิร์ดที่จะนำไปใช้ต่อไป




ภาพที่ 126 เริ่มอ่านค่าและพิจารณาผลการสืบค้นสอดคล้องกับความเป็นจริงหรือไม่

ที่มา : www.google.co.th/trends

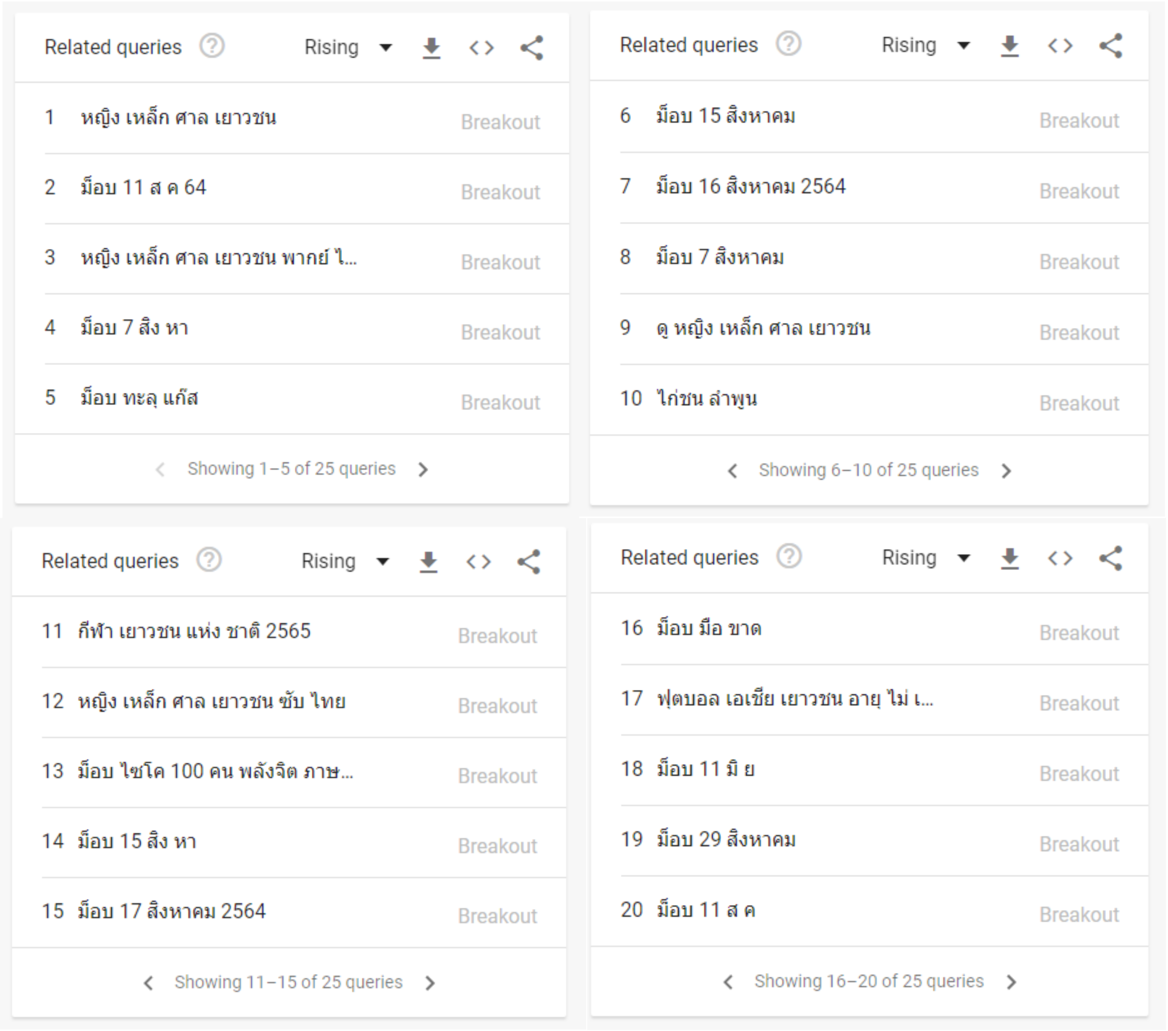
2.1.3 หากต้องการเปรียบเทียบคีย์เวิร์ด ให้พิมพ์คำอื่น ๆ ลงในช่อง Compare




ภาพที่ 127 การเปรียบเทียบคีย์เวิร์ด

ที่มา : www.google.co.th/trends

2.1.4 การพิจารณารวบรวมคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องจากฟังก์ชัน Related Keyword หรือคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง สามารถพิจารณาได้เมื่อทำการค้นหาคีย์เวิร์ดหลักลงไปแล้ว ให้เลื่อนหน้าจอลงมาด้านล่างของชาร์ทจะพบการแสดงผล Related queries ซึ่งเป็นการรวบรวมคำค้นหาที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการแสดงผลอย่างกว้าง ๆ เท่านั้น ผู้สืบค้นจึงต้องพิจารณาว่าการแสดงผล Related queries นั้น ๆ มีความสมเหตุผลสมผลหรือเกี่ยวข้องกับคีย์เวิร์ดหลักจริงหรือไม่

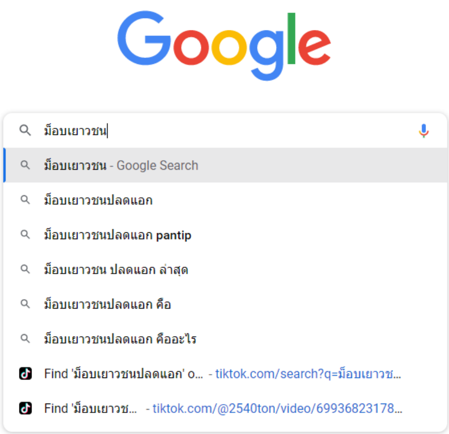



ภาพที่ 128 ตัวอย่างคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง (Related Keyword)

ที่มา : www.google.co.th/trends

2.1.5 การพิจารณารวบรวมคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องจากการใช้ระบบ Related Keyword จาก Google

โดยปกติหากทำการค้นหาสิ่งต่าง ๆ เมื่อพิมพ์ลงไปใน Google ระบบ AI จะแนะนำคำที่นิยมค้นหาใน Google ขึ้นมาให้พิจารณาเลือกใช้งานได้โดยอัตโนมัติ ซึ่งฟังก์ชันดังกล่าวเป็นระบบการช่วยแนะนำคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน




ภาพที่ 129 ตัวอย่างคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง (Related Keyword)

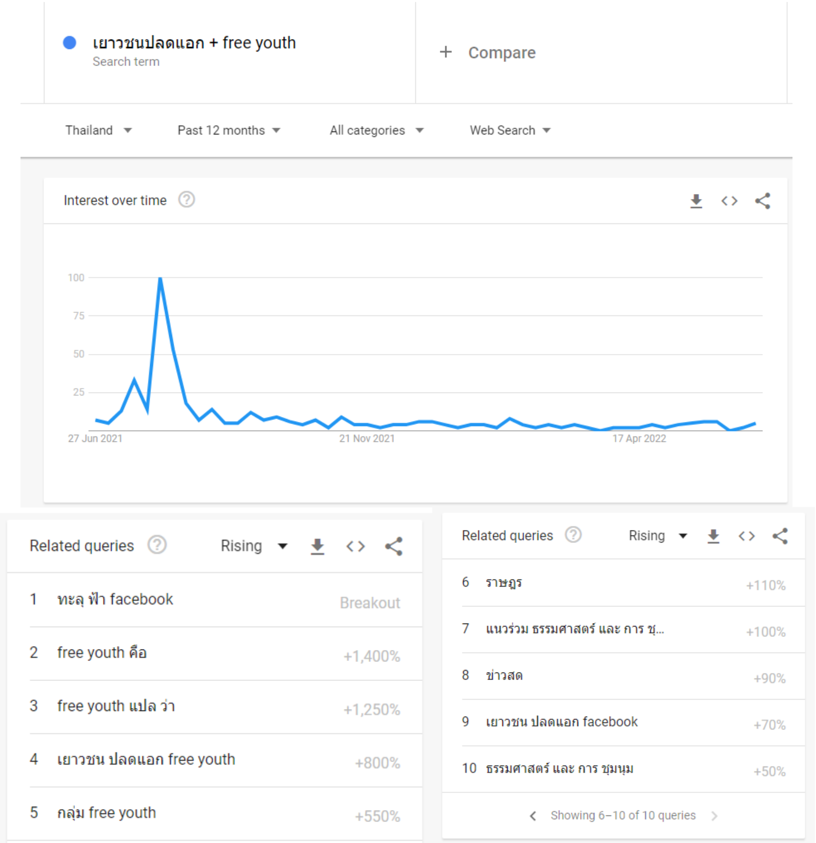
ที่มา : www.google.co.th

2.2 ผลการสำรวจแนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อ กรณีการกำหนดลักษณะคีย์เวิร์ดบนกูเกิ้ลเทรนด์จำแนกตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

กรณียกตัวอย่างของแนวทางในการกำหนดลักษณะคีย์เวิร์ดบนกูเกิ้ลเทรนด์จำแนกตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทย พอสังเขปดังนี้

2.2.1 การกำหนดคีย์เวิร์ดในกรณีการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

2.2.1.1 การกำหนดคำค้นหา และการพิจารณาผลของคำค้นหา

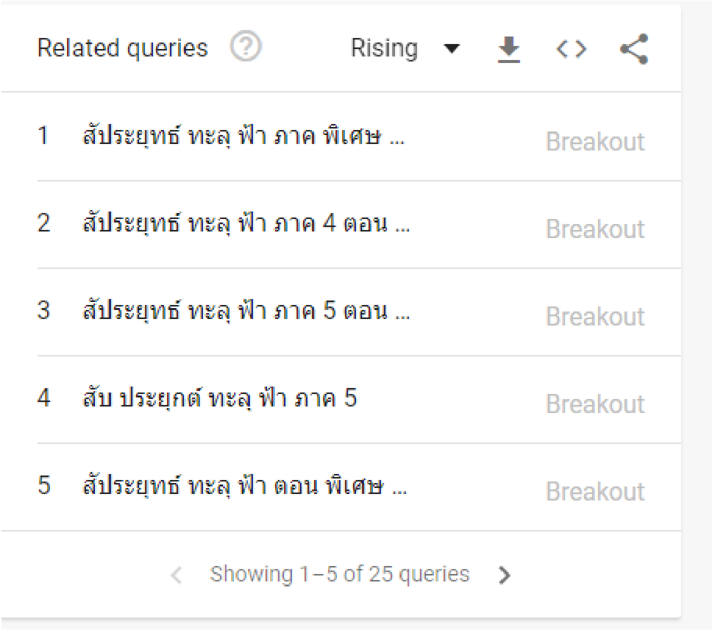



ภาพที่ 130 ตัวอย่างการกำหนดคำค้น และพิจารณาผลคำค้นในกรณีการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

ที่มา : www.google.co.th

2.2.1.2 การคัดเลือกคีย์เวิร์ดเพื่อจัดกลุ่มนำไปจัดทำ Social Listening

หากพิจารณาคำค้นหาที่เกี่ยวข้องก่อนนำไปจัดกลุ่ม สิ่งที่ควรทำคือการทดลองนำคำค้นหาที่แนะนำไปสืบค้นใน Google Trends อีกครั้ง เพื่อยืนยันให้แน่ใจว่าจะไม่ทำการใช้คีย์เวิร์ดที่ผิดประเด็น ยกตัวอย่าง กรณีการค้นหาคำหลักของเยาวชนปลดแอก หากคำค้นหาแนะนำคำว่า "ทะลุฟ้า" มารวมด้วย อาจนำไปสู่ความคลาดเคลื่อนในการทำ Social Listening ดังภาพตัวอย่างนี้

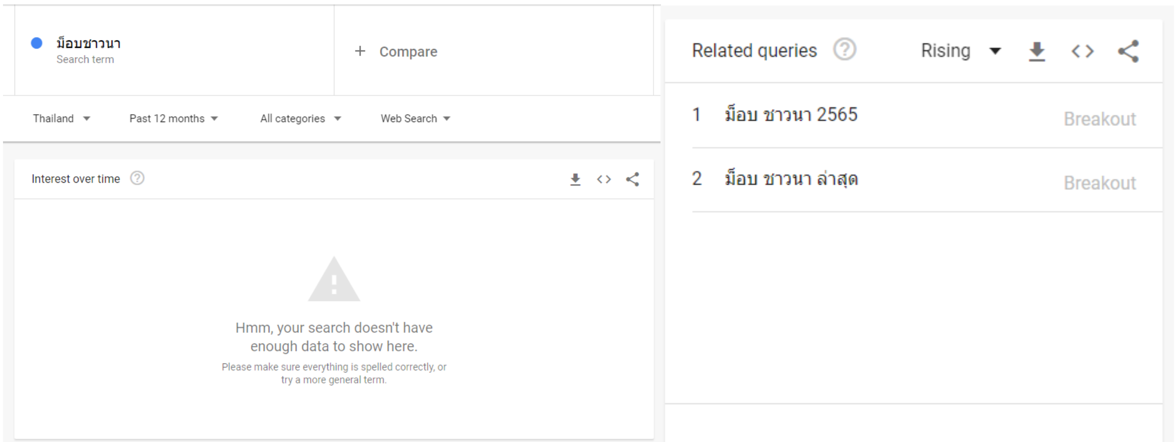



ภาพที่ 131 ตัวอย่างการทดสอบเพื่อยืนยันให้แน่ใจว่าจะไม่ทำการใช้คีย์เวิร์ดที่ผิดประเด็น กรณีคำค้นที่แนะนำว่า "ทะลุฟ้า"

ที่มา : www.google.co.th

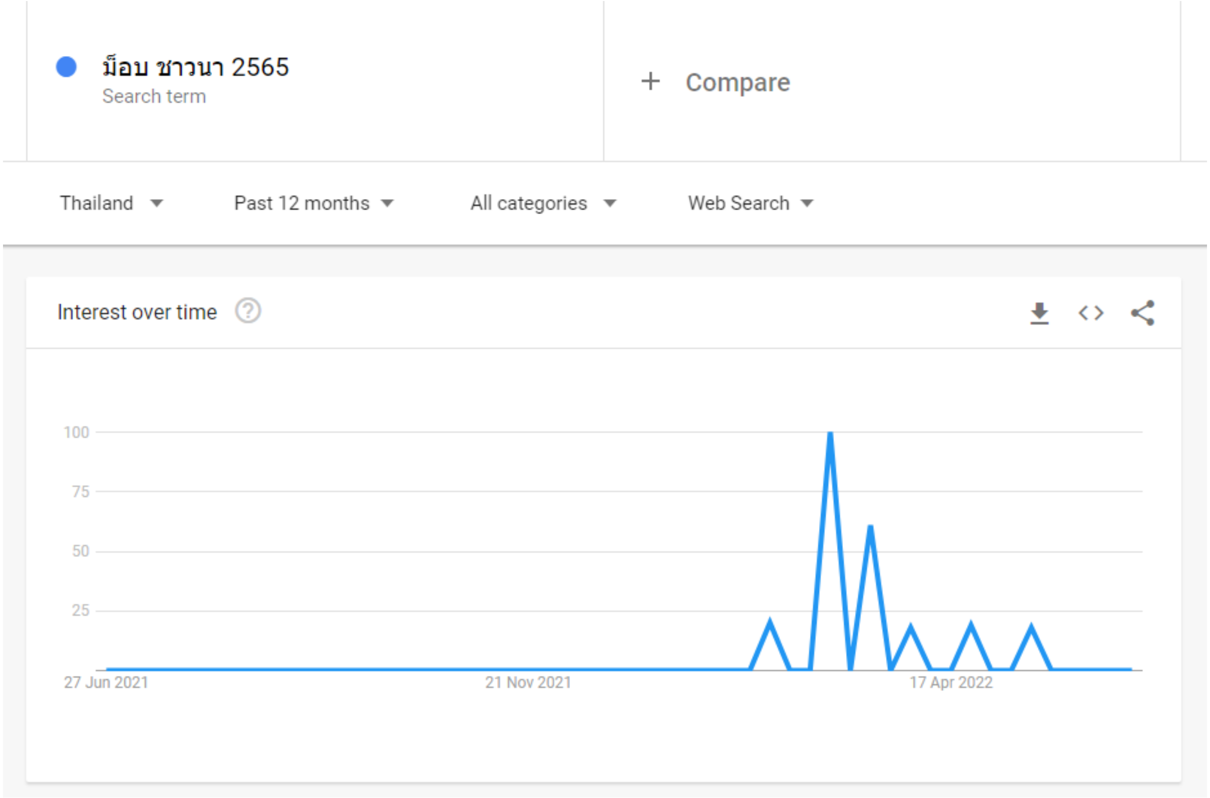
2.2.2 การกำหนดคีย์เวิร์ดในกรณีการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเศรษฐกิจ

การกำหนดคำค้นหาและพิจารณาผลลัทพ์ของคำค้นหา โดยกำหนดคำค้นหาหลักว่า "ม็อบชาวนา" ผลที่ได้พบว่าประเด็นดังกล่าวยังไม่มีการสืบค้นที่มากเพียงพอให้โปรแกรมประมวลผลเพื่อแสดงเป็นเทรนด์ความนิยมได้ อย่างไรก็ตามได้มีการแนะนำคำค้นหาที่เกี่ยวข้อง คือ "ม็อบชาวนา 2565" หรือ "ม็อบชาวนาล่าสุด" ซึ่งเมื่อทดสอบค้นหาคำแล้วพบว่า "ม็อบชาวนา 2565" สามารถนำไปจัดทำ Social Monitoring ต่อไปได้ ดังภาพตัวอย่างนี้




ภาพที่ 132 ตัวอย่างการกำหนดคำค้น “ม็อบชาวนา” และผลพบว่ายังไม่มีการสืบค้นที่มากเพียงพอที่โปรแกรมจะประมวลผลเพื่อแสดงเป็นเทรนด์ได้ และผลการแนะนำคำค้นที่เกี่ยวข้อง

ที่มา : www.google.co.th



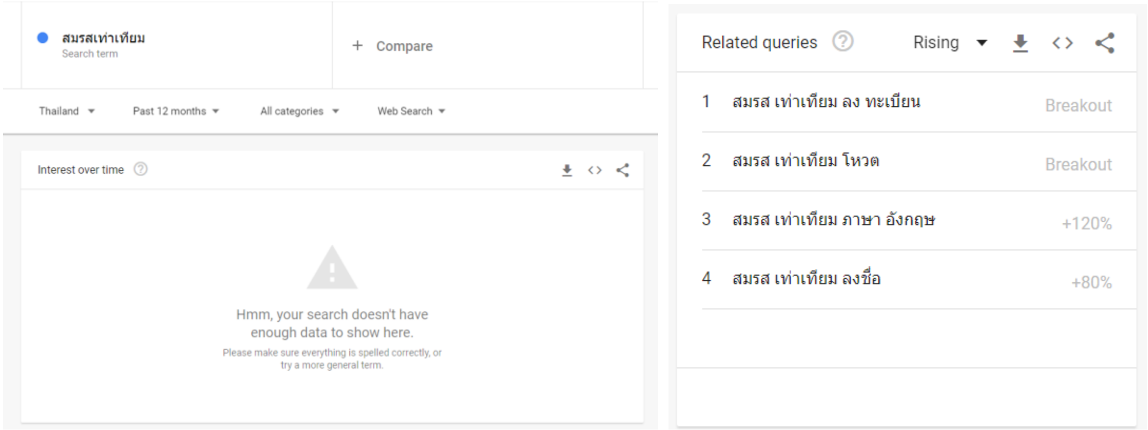

ภาพที่ 133 ผลการทดสอบคำค้นแล้วพบว่า คำค้น “ม็อบชาวนา 2565” สามารถนำไปจัดทำ Social monitoring ต่อไปได้

ที่มา : www.google.co.th

2.2.3 การกำหนดคีย์เวิร์ดในกรณีการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ์

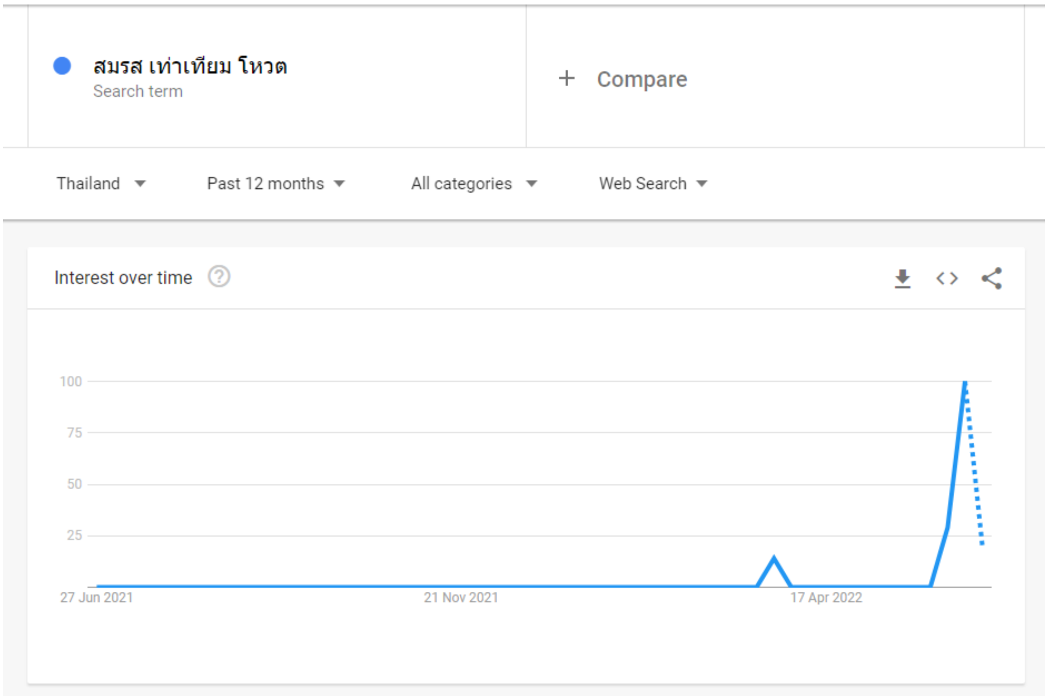
การกำหนดคำค้นหาและพิจารณาผลลัพท์ของคำค้นหา โดยกำหนดคำค้นหาหลักว่า “สมรสเท่าเทียม” ผลที่ได้พบว่าประเด็นดังกล่าวยังไม่มีการสืบค้นมากเพียงพอให้โปรแกรมประมวลผลเป็นเทรนด์ความนิยมได้ อย่างไรก็ตาม มีการแนะนำคำค้นหาที่เกี่ยวข้อง คือ “สมรส เท่าเทียม ลงทะเบียน” “สมรส เท่าเทียม โหวต”

“สมรส เท่าเทียม ภาษาอังกฤษ” และ “สมรส เท่าเทียม ลงชื่อ” ซึ่งเมื่อทดสอบคำค้นแล้วพบว่า คำค้นหา “สมรส เท่าเทียม โหวต” สามารถนำไปจัดทำ Social Monitoring ต่อไปได้ดังภาพตัวอย่างนี้




ภาพที่ 134 ตัวอย่างการกำหนดคำค้น “สมรสเท่าเทียม” และผลพบว่ายังไม่มีการสืบค้นที่มากเพียงพอที่โปรแกรมจะประมวลผลเพื่อแสดงเป็นเทรนด์ได้ และผลการแนะนำคำค้นที่เกี่ยวข้อง

ที่มา : www.google.co.th




ภาพที่ 135 ผลการทดสอบคำค้นพบว่า คำค้น “สมรส เท่าเทียม โหวต” สามารถนำไปจัดทำ Social monitoring ต่อไปได้

ที่มา : www.google.co.th

### 3. การนำกลุ่มคำสำคัญ (Keyword) ไปตั้งค่าในโปรแกรม Social Listening

ภาพที่ 136 Social Listening

ที่มา : www.linkfluence.com/blog/5-reasons-start-social-media-listening

การทำ Social Listening นั้น เมื่อพิจารณาปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงานหัวข้อ "การเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" พบว่ามีลักษณะเฉพาะคือต้องดำเนินการโดยมีเป้าหมายเป็นความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเป็นหลัก และปัจจัยหลักคือต้องรับฟังการใช้ภาษาในการสื่อสารที่เป็นภาษาไทย ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจโปรแกรมที่พัฒนาโดยผู้ประกอบการในประเทศไทย เนื่องจากจะสามารถขจัดอุปสรรคของการวิเคราะห์ภาษาโดยโปรแกรมที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในหลักภาษาและการสะกดภาษาไทยได้ ซึ่งมีผู้ที่ได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นพอสังเขป ดังนี้

#### 3.1 โปรแกรมสำหรับการจัดทำ Social Listening

การจัดทำ Social Listening นั้น จำเป็นต้องใช้โปรแกรมเข้ามาช่วยรวบรวมข้อมูล และต้องมีการพัฒนากลไกการรวบรวมและแสดงผลการวิเคราะห์คำที่แต่ละโปรแกรม ซึ่งมีลักษณะและฟังก์ชันเฉพาะตัวเพื่อดึงดูดผู้ใช้งาน ซึ่งการใช้งานโปรแกรมดังกล่าว หากต้องการใช้งานโดยมุ่งหวังประสิทธิภาพของข้อมูล จะต้องมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยบริการขั้นต่ำเฉลี่ยแล้วจะเป็นการให้ผู้ใช้งานสมัครสมาชิกเป็นรายเดือน อย่างไรก็ตาม โดยรวมทุกโปรแกรมได้มีบริการให้ได้ทดลองใช้ฟรีก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก เพื่อใช้บริการเต็มรูปแบบ เพียงแต่มีข้อจำกัดในการใช้งาน อาทิ การมีจำนวนคีย์เวิร์ดในการทดลองทำ Social Listening ที่จำกัดการกำหนดช่วงเวลาที่ต้องการให้รวบรวบข้อมูลย้อนหลังได้จำกัด และจำนวนข้อมูลที่รวบรวมจำกัด ซึ่งเป็นการให้ผู้ใช้งานได้ทดลองใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ เพื่อประเมินว่าตรงกับความต้องการหรือไม่

โปรแกรมสำหรับการทำ Social Listening ที่พัฒนาโดยผู้ประกอบการไทยนั้น ในเบื้องต้นขอแนะนำและสรุปฟังก์ชันการใช้งานหลักจำนวน 2 โปรแกรม คือ 1) Mandala Analytics และ 2) Zocial EYE[230] ซึ่งจะได้นำเสนอรายละเอียดพอสังเขปตามลำดับ

---

[230] จิตติพงศ์ เลิศประดิษฐ์ (2020, 19 ตุลาคม). รีวิวรวมฮิต Social Listening Tools ของ Thai ทั้ง Mandala, SocialEnable, Zanroo, Zocialeye . สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2565, จาก https://www.martechthai.com/technology/review-social-listening-tools-thailand/

3.1.1 Mandala Analytics

Mandala Analytics เป็น Solution ด้าน Social Analytic และ Social Listening Tools จากบริษัท Ocean Skynet โดยความสามารถของ Mandala Analytics สามารถประยุกต์ใช้ได้ในการศึกษาความเคลื่อนไหวทางสังคมได้หลายแบบเช่น

3.1.1.1 การรับฟังและเฝ้าติดตามประเด็นที่ทำการศึกษา (Listening and Monitoring)

การหาข้อมูลเชิงลึกจากโลกออนไลน์ (Insight Research) โดยการหาข้อมูลเชิงลึกจากโลกออนไลน์เกี่ยวกับประเด็นที่ทำการศึกษาโดยการดูพฤติกรรมการปฏิสัมพันธ์บนสื่อสังคม

3.1.1.2 การค้นหาหัวข้อที่ผู้คนในสังคมกำลังสนใจ (Content Strategy: Content Discovery and Curation) เพื่อนำมาสร้างสรรค์หัวข้อข่าวและเนื้อหาใหม่ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายของเรา

3.1.1.3 การเฟ้นหาผู้มีอิทธิพลทางความคิด หรือดูแนวโน้มเทรนด์ต่าง ๆ เกี่ยวกับประเด็นที่ทำการศึกษา ณ ช่วงเวลานั้น ๆ (Influencers and Trends spotting)

ภาพที่ 137 ตัวอย่างผลการทำ Social Listening โดย Mandala Analytics

ที่มา www.mandalasystem.com

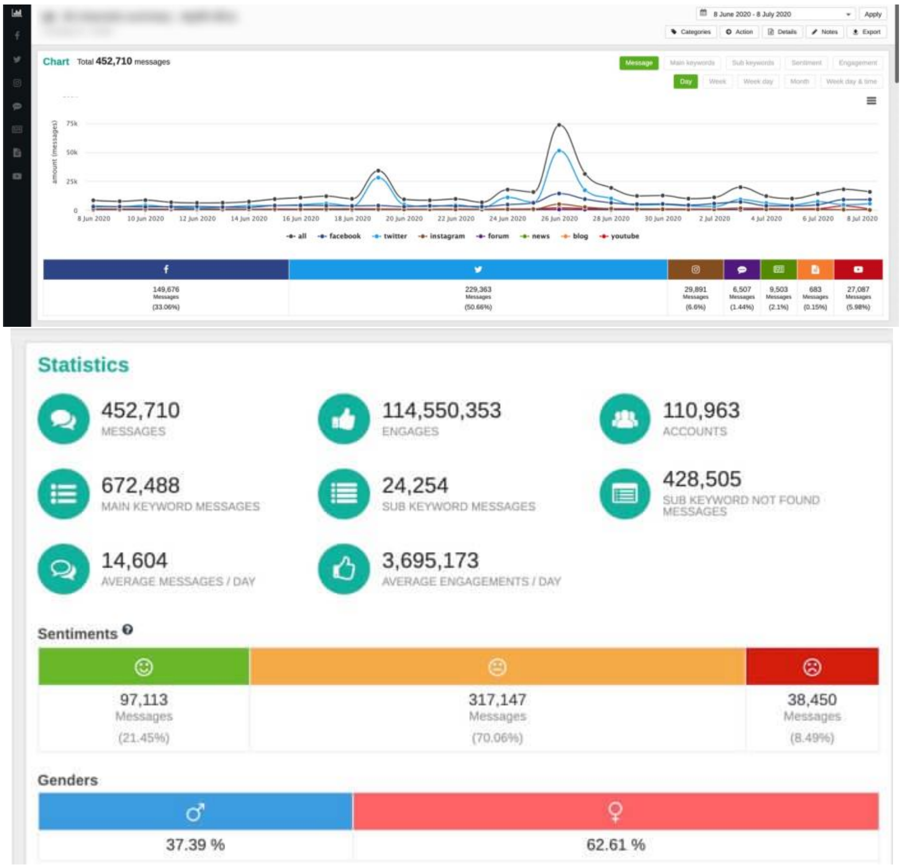
3.1.2 Zocial EYE

Zocial EYE คือระบบ Social Listening ที่ดำเนินการโดยบริษัท Wisesight ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสนับสนุนข้อมูลต่อกิจกรรมทางการตลาด แต่ในปัจจุบันได้รับการนำมาปรับใช้ในการวิจัยทางสังคมมากขึ้น ซึ่งเป็นการรวบรวบข้อมูลจากทุกช่องทางสื่อสังคม อาทิ Facebook Twitter Instagram Youtube Pantip Webboard News Blog โดยผู้กล่าวถึงประโยชน์ของ Zocial EYE และมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาประเด็นความเคลื่อนไหวทางสังคมดังนี้

3.1.2.1 มีความสามารถในการเข้าใจถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ โดยมีการดึงข้อมูลแบบ Real time Data

3.1.2.2 สามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบประเด็นในแง่มุมต่าง ๆ ได้

3.1.2.3 สามารถให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์เชิงลึกได้ เช่น มีเสียงตอบรับต่อประเด็นที่กำลังศึกษาอย่างไรบ้าง (Feedback) มีกระแสความผูกพันต่อประเด็นที่ทำลังศึกษาอยู่ในแหล่งใดบ้าง (Engagement) และที่สำคัญคือการแสดงข้อมูลผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์ต่อประเด็นที่กำลังศึกษา (Influencer)




ภาพที่ 138 ตัวอย่างผลการทำ Social Listening โดย Zocial EYE

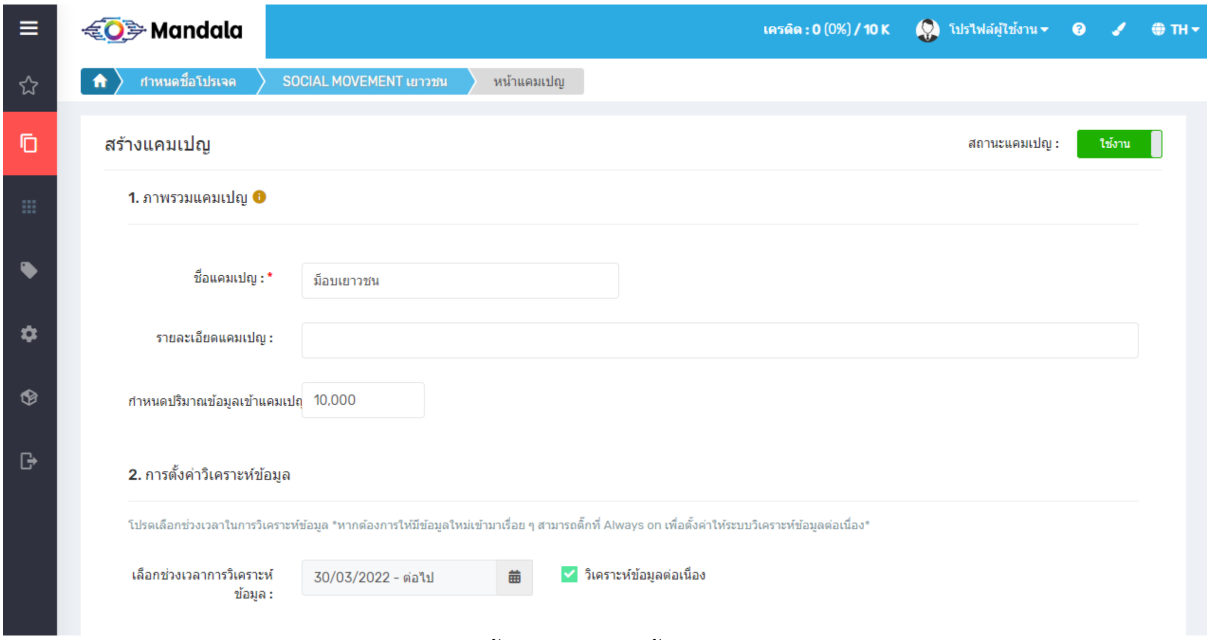
ที่มา www.wisesight.com/understand-data-means-by-zocial-eye/

## 3.2 การนำกลุ่มคีย์เวิร์ดที่รวบรวมเบื้องต้นไปจัดทำ Social Listening

ในการจัดทำ Social Listening นั้น เมื่อได้กลุ่มคีย์เวิร์ดที่ได้รวบรวมและวิเคราะห์เบื้องต้นจากขั้นตอนก่อนหน้านี้แล้ว จึงเป็นการนำคียเวิร์ดมาตั้งค่าในโปรแกรม Social Listening โดยในหน้าโปรแกรมจะมีตำแหน่งให้ตั้งค่าเพื่อปรับแต่งการค้นหา และการแสดงผลให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น โดยการนำเสนอตัวอย่างในครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรม Mandala Analytics ในรูปแบบของการทดลองใช้งาน ดังแสดงตัวอย่างผลการตั้งค่าและการแสดงผลการทำ Social Listening ดังนี้

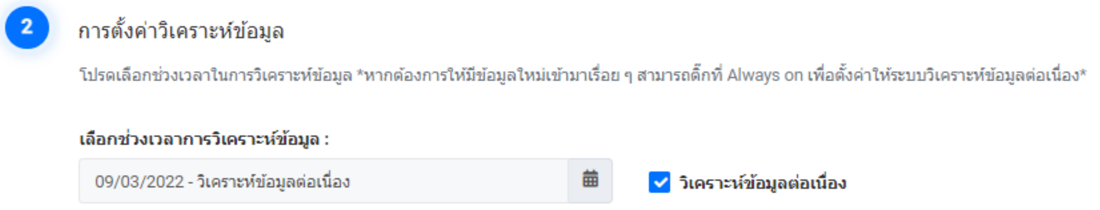
3.2.1 การทำ Social Listening ในกรณีการเคลื่อนไหวทางสังคม

3.2.1.1 การสร้างโครงการที่ต้องการศึกษา และตั้งค่าการใช้งานเบื้องต้น อาทิ ปริมาณข้อมูลที่ต้องการรวบรวม และช่วงเวลาที่ต้องการทำการศึกษาประเด็นนั้น ๆ



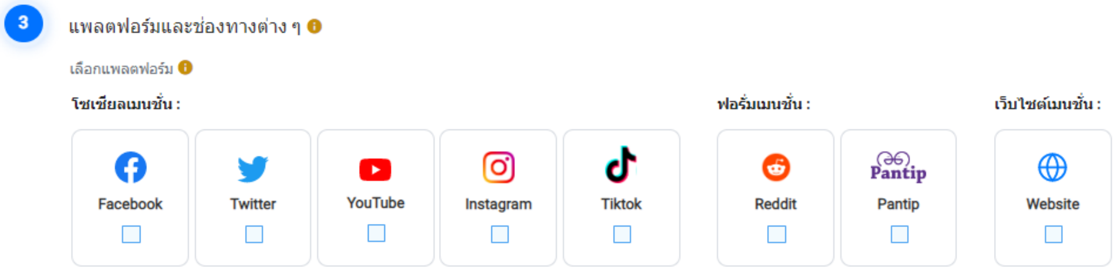

ภาพที่ 139 ตัวอย่างการสร้างโครงการที่และตั้งค่าการใช้งานเบื้องต้นในกรณีการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

ที่มา : www.mandalasystem.com




ภาพที่ 140 การสร้างตั้งค่าการใช้งานเบื้องต้นด้านระยะเวลาที่ต้องการศึกษาข้อมูล

ที่มา : www.mandalasystem.com

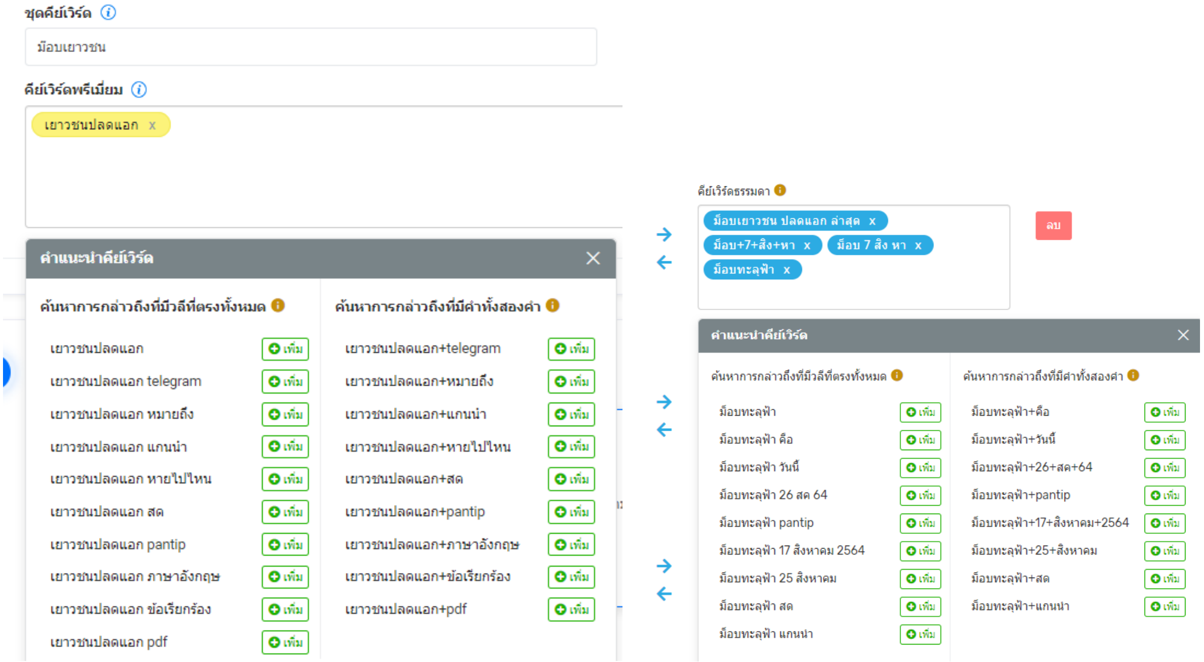



ภาพที่ 141 การสร้างตั้งค่าการใช้งานเบื้องต้นด้านช่องทางแพลตฟอร์มที่ต้องการศึกษาข้อมูล

ที่มา : www.mandalasystem.com

3.2.1.2 การจัดกลุ่มคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้อง

ในการใช้งานโปรแกรม Social Listening มักจะมีระบบแนะนำคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมขึ้นมา ผู้ตั้งค่าต้องพิจารณาความเป็นไปได้ และโอกาสที่จะเกิดการรวบรวมข้อมูลที่ผิดพลาด อันเนื่องมาจากการใช้คีย์เวิร์ดที่กำกวมและมีความหมายหลายทาง ดังที่ได้กล่าวถึงไปเบื้องต้นแล้ว แล้วจึงค่อยทำการเพิ่มคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องลงไป




ภาพที่ 142 ตัวอย่างการแนะนำคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมโดยอัตโนมัติ

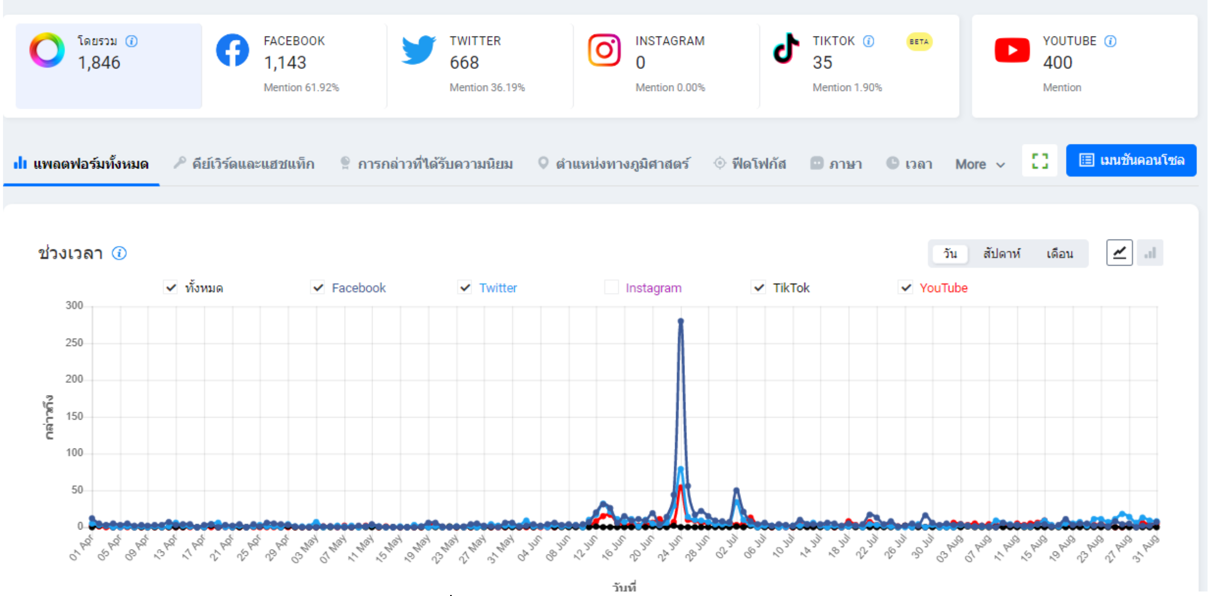
ที่มา : www.mandalasystem.com

3.2.1.3 เริ่มพิจารณาผลการทำ Social Listening

ในการแสดงผลการทำ Social Listening โปรแกรมจะมีฟังก์ชันแสดงผลให้เลือกใช้งานได้หลายรูปแบบ ทั้งการแสดงผลรวมของสื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม การแสดงทีละแพลตฟอร์มการเลือกเปรียบเทียบกันเป็นบางแพลตฟอร์ม การแสดงเฉพาะการพูดถึงในกระดานสนทนาประเภทต่าง ๆ การเลือกแสดงช่องทางหรือบัญชีผู้ใช้งานที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานบนสังคมออนไลน์ โดยมีแนวทางในการแสดงผลที่หลากหลายเช่นเดียวกัน อาทิ บัญชีผู้ใช้งานที่มีผู้เข้าชมเนื้อหาในประเด็นที่ทำการศึกษามากที่สุด บัญชีผู้ใช้งานที่มี

ผู้เข้าแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ทำการศึกษามากที่สุด บัญชีผู้ใช้งานที่มีผู้แบ่งปันเนื้อหาหรือกระจายเนื้อหาในประเด็นที่ทำการศึกษามากที่สุด เป็นต้น ดังแสดงตัวอย่างต่อไปนี้

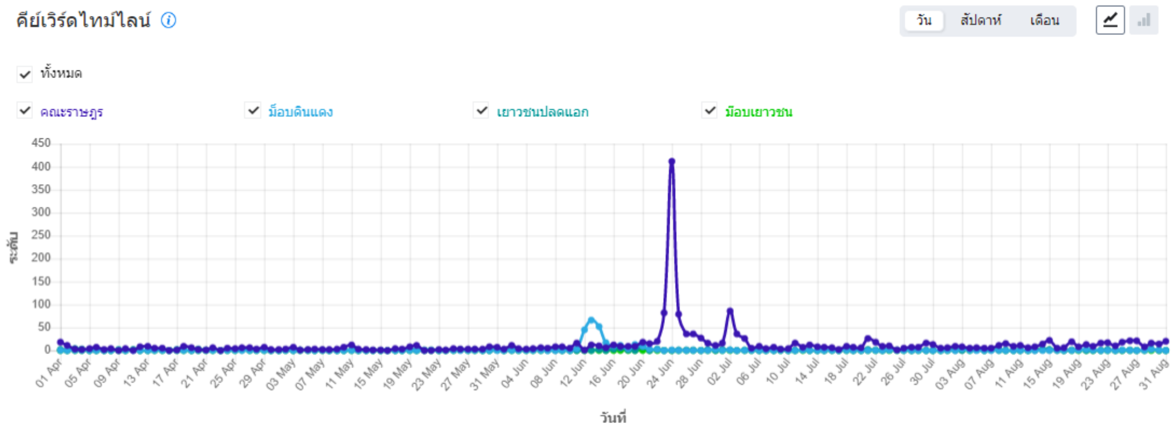
การเลือกการแสดงผลในภาพรวมจะเป็นการพิจารณาว่าช่วงเวลาใดที่มีการพูดถึงประเด็นดังกล่าวในวงกว้าง เพื่อที่จะพิจารณาเลือกศึกษาเชิงลึกในช่วงเวลาดังกล่าว จากภาพพบว่าในช่วงเดือนมิถุนายนประเด็นการเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับคีย์เวิร์ดที่กำหนดไว้




ภาพที่ 143 ตัวอย่างการแสดงผลในภาพรวม

ที่มา : www.mandalasystem.com

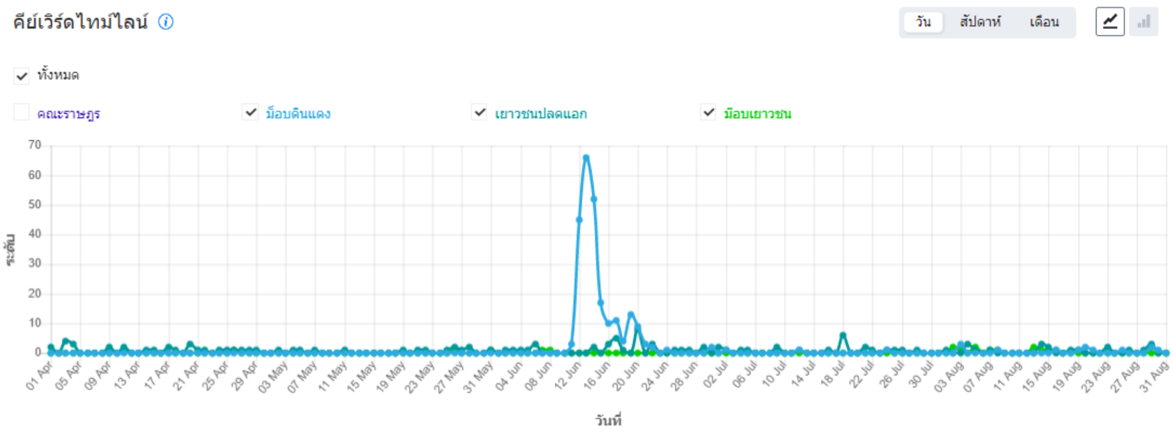
ด้านทางเลือกการใช้งาน สามารถปรับแต่งการแสดงผลได้ เช่น การเลือกแสดงผลเป็นรายคีย์เวิร์ด เพื่อพิจารณาว่าจะเสนอผลการศึกษาในแง่มุมใดต่อไปได้ จากภาพพบว่าคีย์เวิร์ดเกี่ยวกับ “คณะราษฎร” มีปริมาณเกาะกลุ่มที่สามารถแยกการวิเคราะห์ออกไปได้




ภาพที่ 144 ตัวอย่างการแสดงผลเป็นรายคีย์เวิร์ด

ที่มา : www.mandalasystem.com

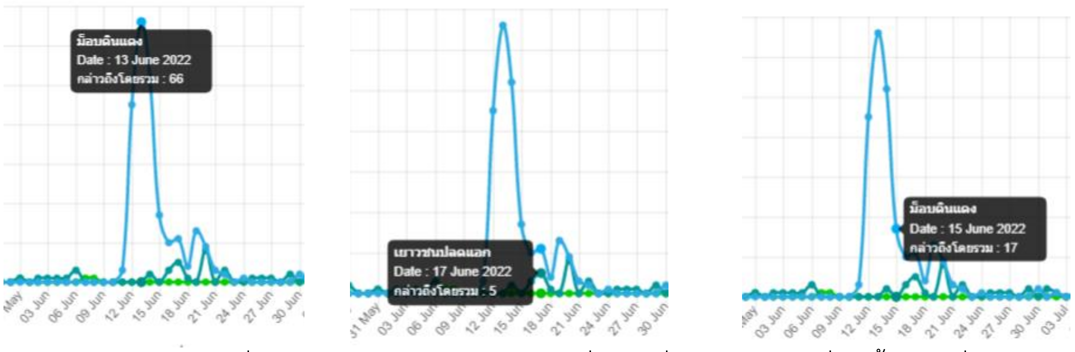
การพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมโดยเลือกแยกคีย์เวิร์ดที่แยกออกจากกลุ่มได้ออกไป แล้วพิจารณาข้อมูลที่มีแนวทางที่ใกล้เคียงกัน จึงพบว่าในระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 12 มิถุนายน ถึง วันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2565 มีการเคลื่อนไหวในปริมาณที่น่าสนใจ จึงพิจารณาเลือกแสดงข้อมูลต่อไป




ภาพที่ 145 ตัวอย่างการพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมโดยเลือกแยกคีย์เวิร์ด “คณะราษฎร” ออกไป

ที่มา : www.mandalasystem.com

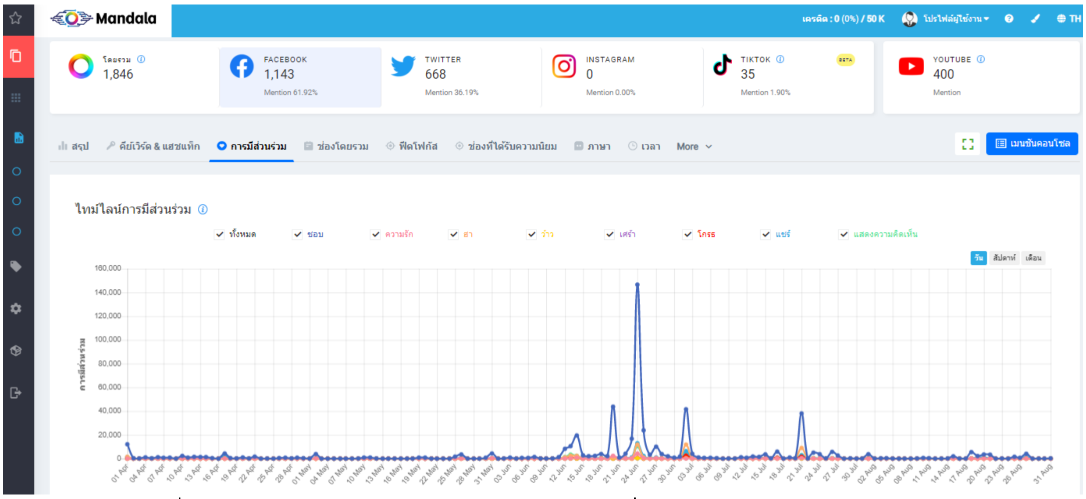
หลังจากพบการเคลื่อนไหวในปริมาณที่น่าสนใจ สามารถกดรับข้อมูลเบื้องต้นที่เกิดขึ้นในวันดังกล่าวได้ ดังภาพตัวอย่างการแสดงข้อมูลประเด็นเคลื่อนไหวใน 3 วัน




ภาพที่ 146 ตัวอย่างการพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อแสดงประเด็นที่เกิดขึ้นในวันที่สนใจ

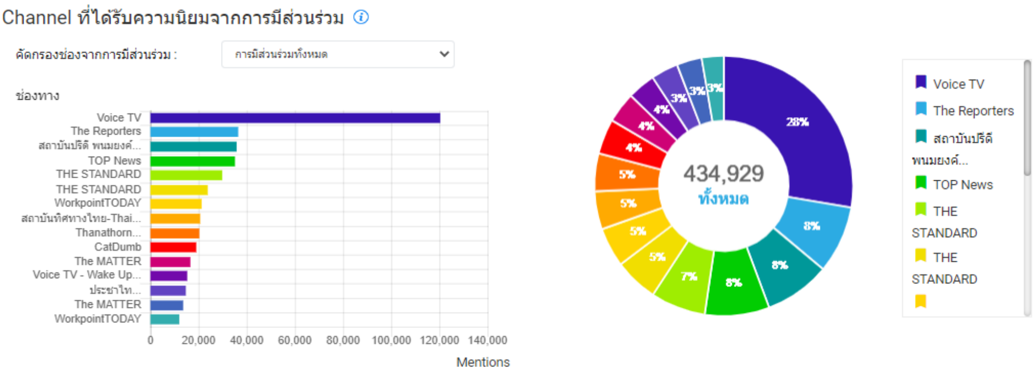
ที่มา : www.mandalasystem.com

เมื่อได้แนวทางของช่วงระยะเวลาแล้ว จึงพิจารณาแสดงผลเพิ่มเติมตามหมวดที่สนใจได้ เช่น แสดงผลแยกตามแพลตฟอร์ม แสดงผลแยกตามทิศทางความคิดเห็น แสดงผลตามช่องทางที่ได้รับความนิยม บุคคลที่ได้รับการพูดถึง หรือเนื้อหาที่ได้รับการพูดถึง ดังตัวอย่างต่อไปนี้



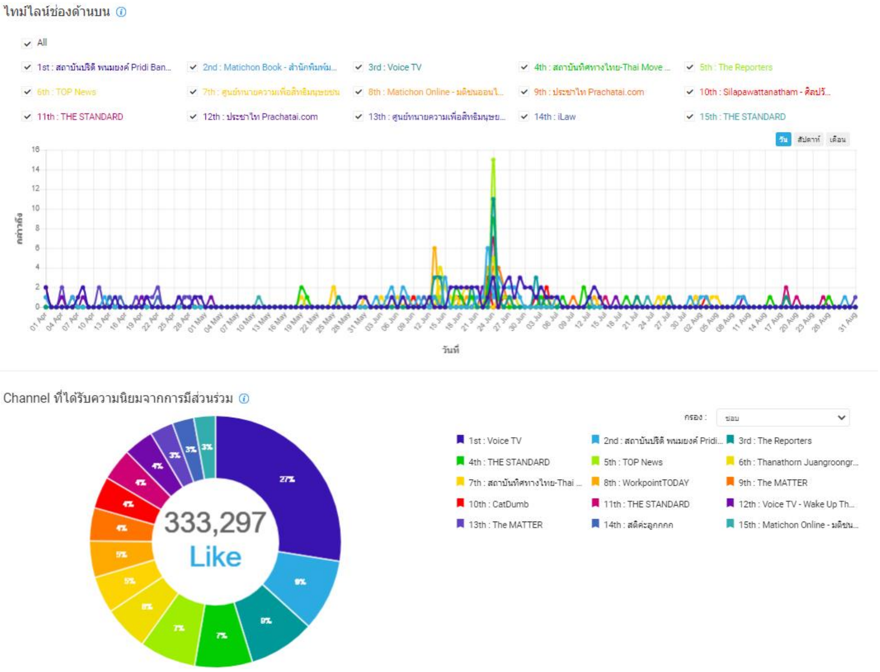

ภาพที่ 147 ตัวอย่างการแสดงผลการเจาะจงความเคลื่อนไหวในแพลตฟอร์ม Facebook

ประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง

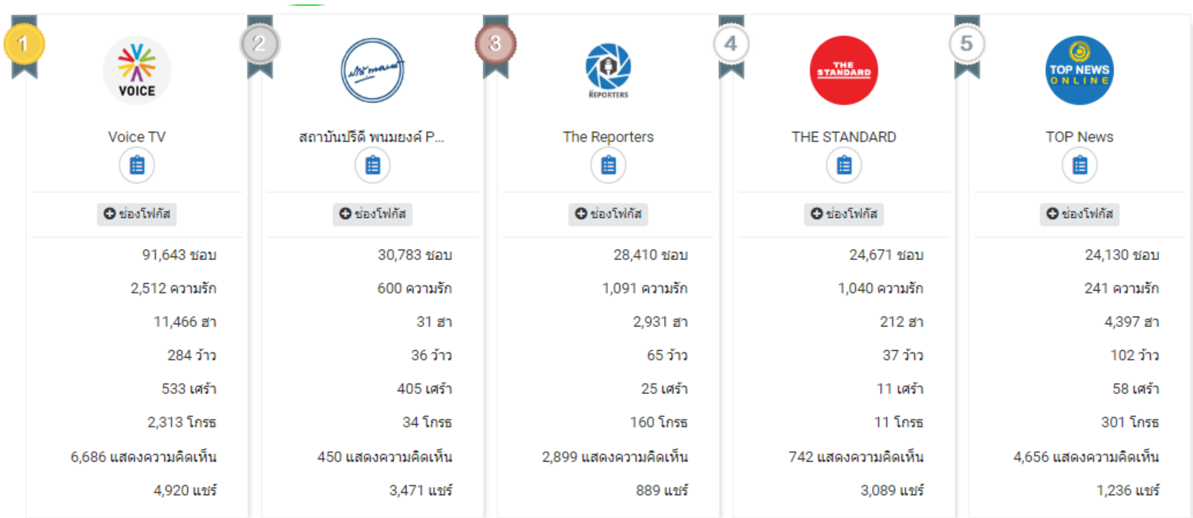



ภาพที่ 148 ตัวอย่างการแสดงผลการเจาะจงช่องทางที่ได้รับความนิยมในแพลตฟอร์ม Facebook

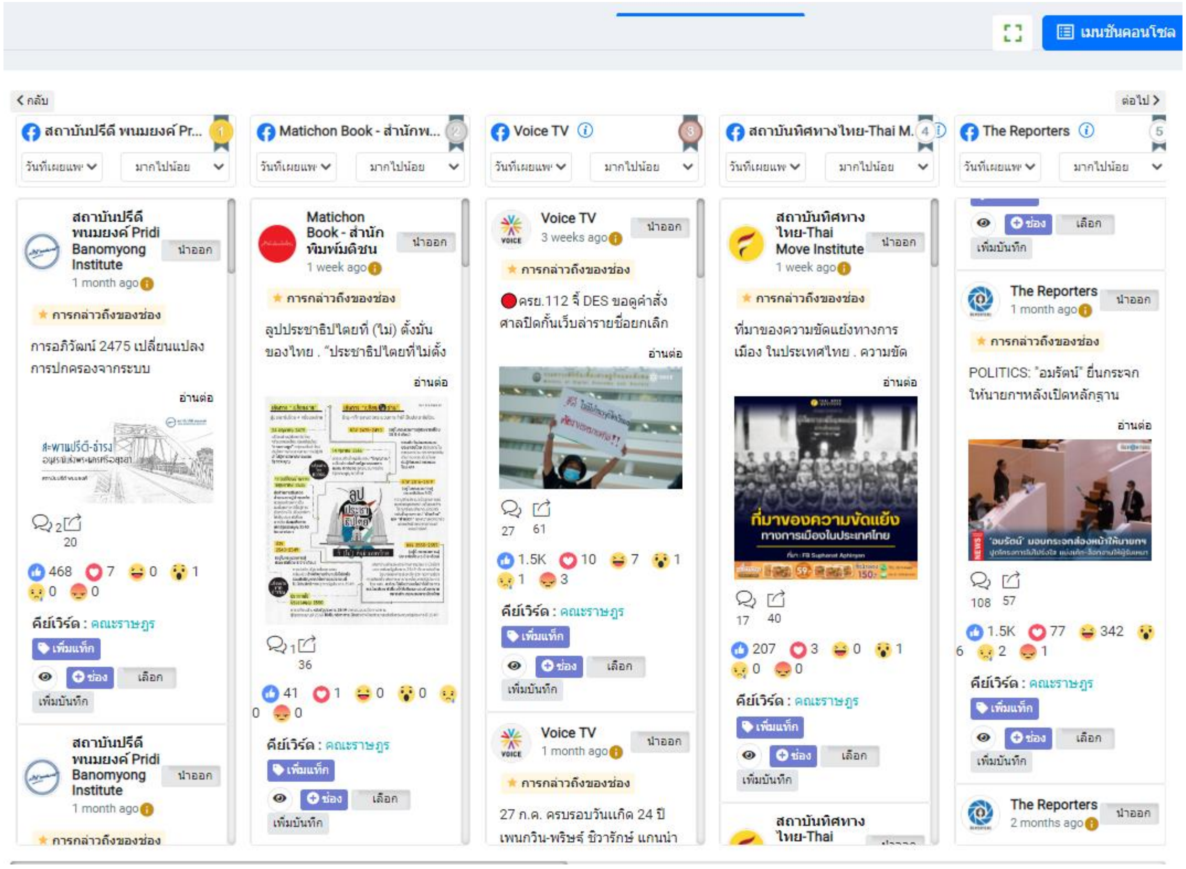
ประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง




ภาพที่ 149 ตัวอย่างการแสดงผลเป็นรายช่องทางที่ได้รับความนิยมในแพลตฟอร์ม Facebook



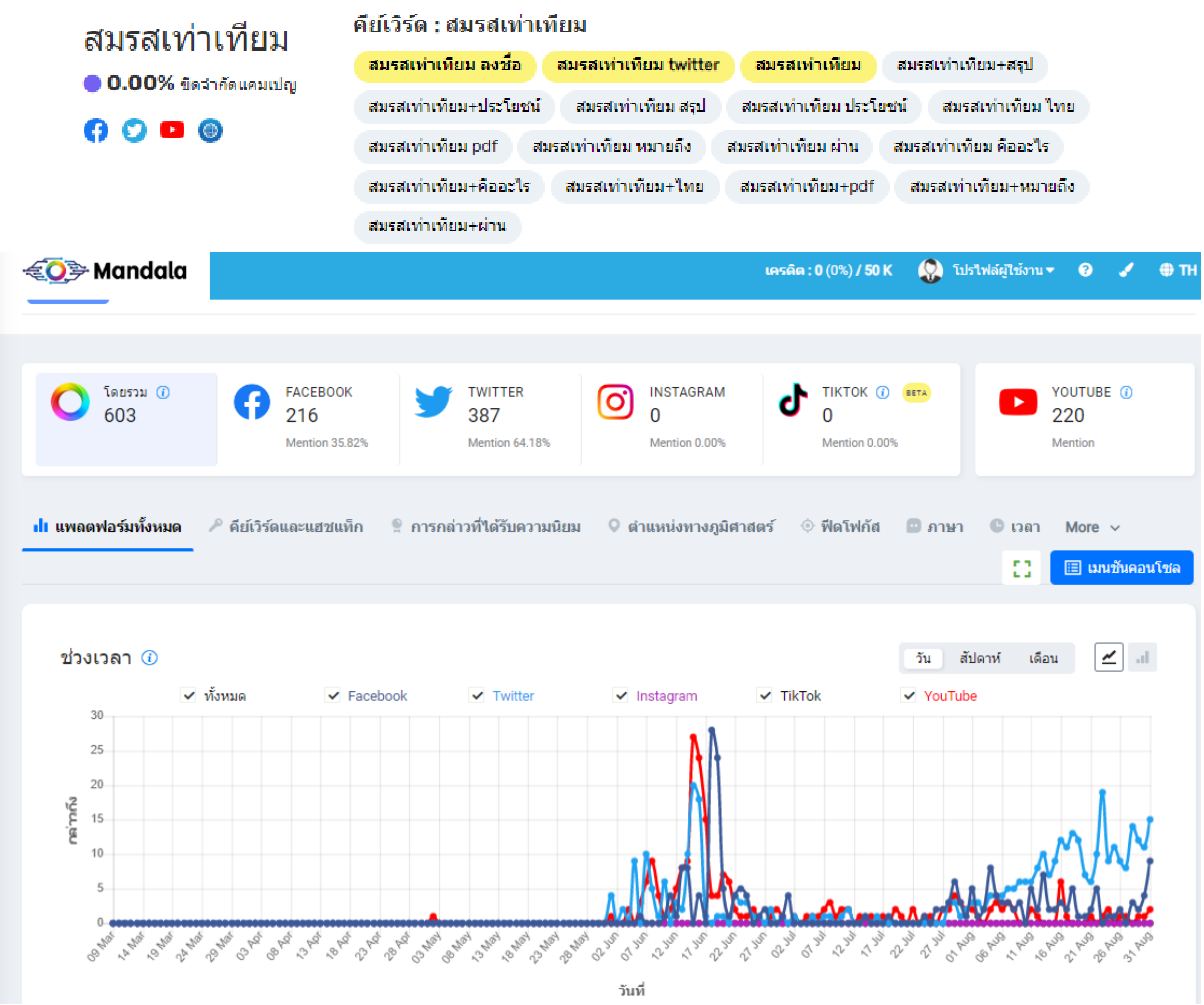

ภาพที่ 150 ตัวอย่างการแสดงผลเชิงลึกรายช่องทางที่ได้รับความนิยมในแพลตฟอร์ม Facebook




ภาพที่ 151 ตัวอย่างการแสดงผลเชิงลึกด้านเนื้อหาที่ได้รับความนิยมของแต่ละบัญชีในแพลตฟอร์ม Facebook

3.2.2 ตัวอย่างผลการทำ Social Listening ในกรณีการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านเรียกร้องสิทธิ

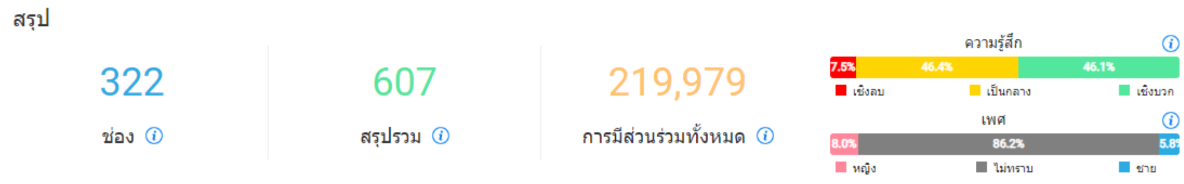
การสร้างเคมเปญ Social Listening ด้านเรียกร้องสิทธิสมรสเท่าเทียม โดยเลือกช่องทาง 3 แพลตฟอร์ม คือ Facebook Instragram และ Youtube




ภาพที่ 152 ตัวอย่างการแสดงผลในภาพรวม

ที่มา : www.mandalasystem.com

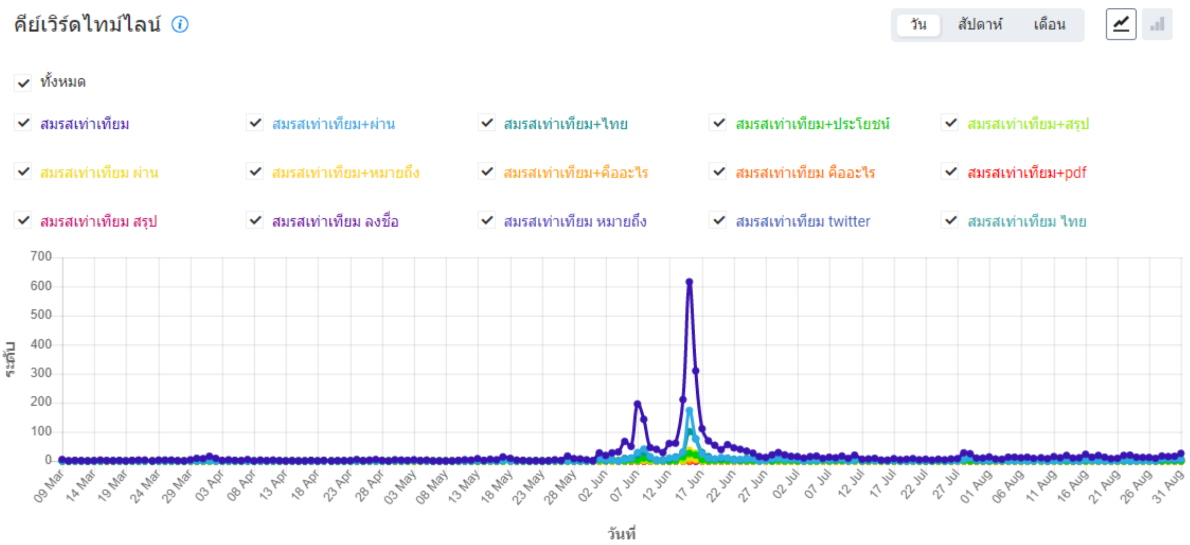
จากภาพพบว่ามีการเคลื่อนไหวมากในช่วงต้นเดือนมิถุนายนและกลางเดือนสิงหาคม ซึ่งสามารถดำเนินการเลือกแสดงผลเชิงลึกในช่วงเวลาดังกล่าวได้ และสามารถพิจารณาภาพรวมของทิศทางบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้




ภาพที่ 153 ตัวอย่างการแสดงผลในภาพรวม และทิศทางความรู้สึกต่อประเด็นดังกล่าวบนแพลตฟอร์มออนไลน์

ที่มา : www.mandalasystem.com

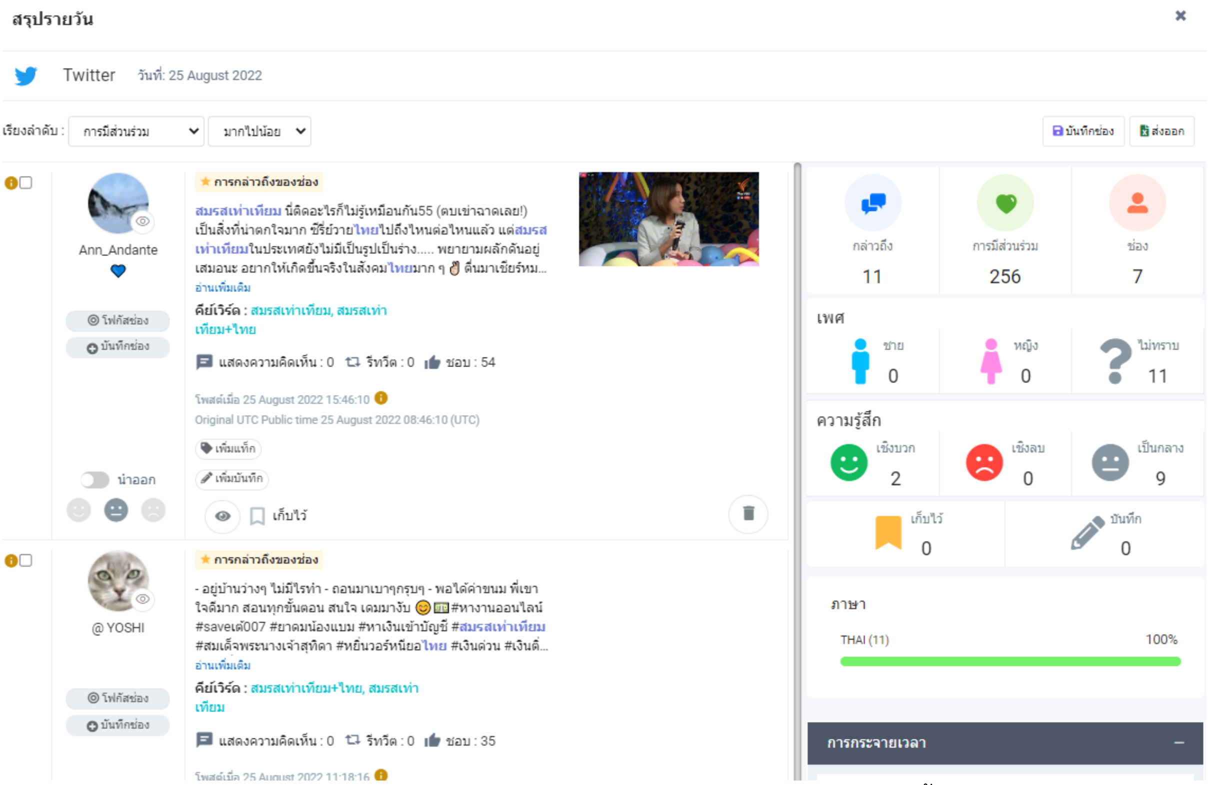
การพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติม ด้านเรียกร้องสิทธิสมรสเท่าเทียม พบว่าแต่ละคำค้นมีทิศทางของข้อมูลที่เกาะกลุ่มกันในทุกคำค้นดังภาพ




ภาพที่ 154 ตัวอย่างการพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมโดยแยกคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับการเรียกร้องสิทธิสมรสเท่าเทียม

ที่มา : www.mandalasystem.com

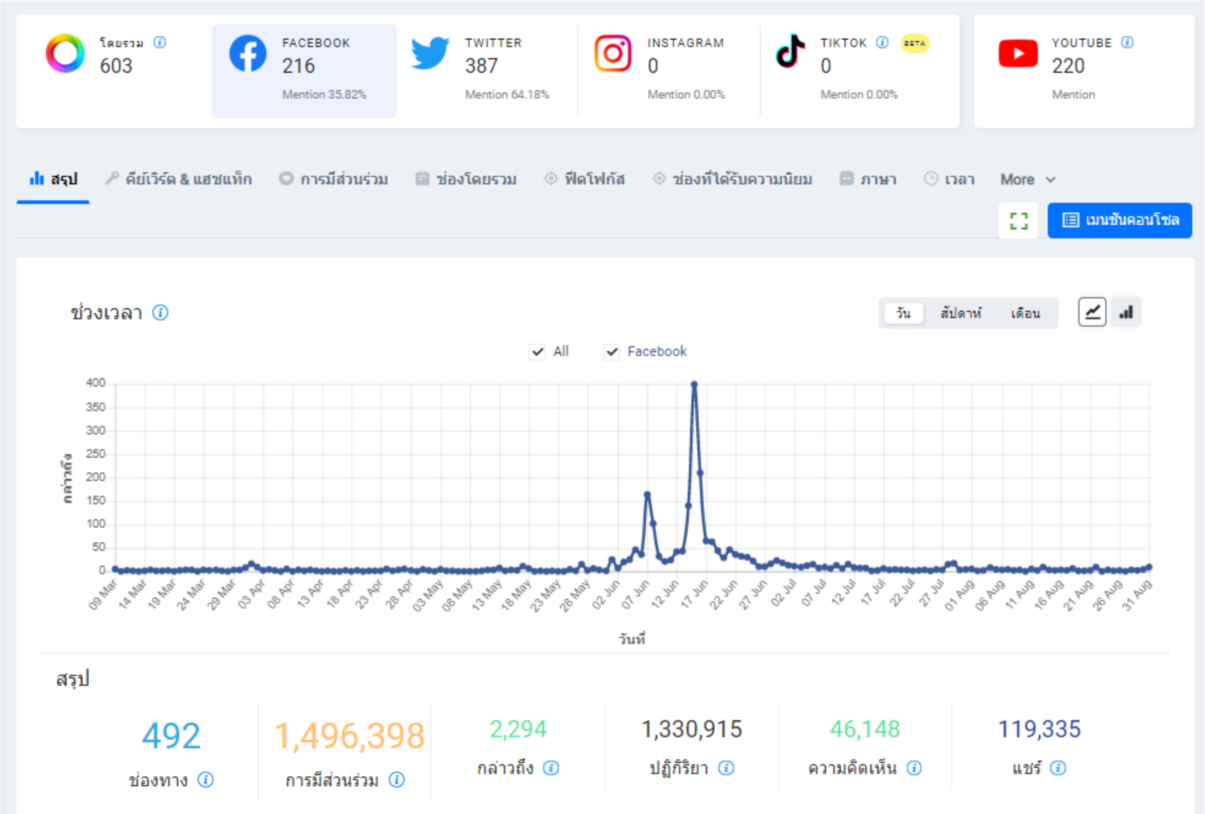
หลังจากพบการเคลื่อนไหวในปริมาณที่น่าสนใจ สามารถกดรับข้อมูลเบื้องต้นที่เกิดขึ้นในวันดังกล่าวได้ดังภาพตัวอย่างการแสดงข้อมูลประเด็นเคลื่อนไหวในวันที่สนใจ



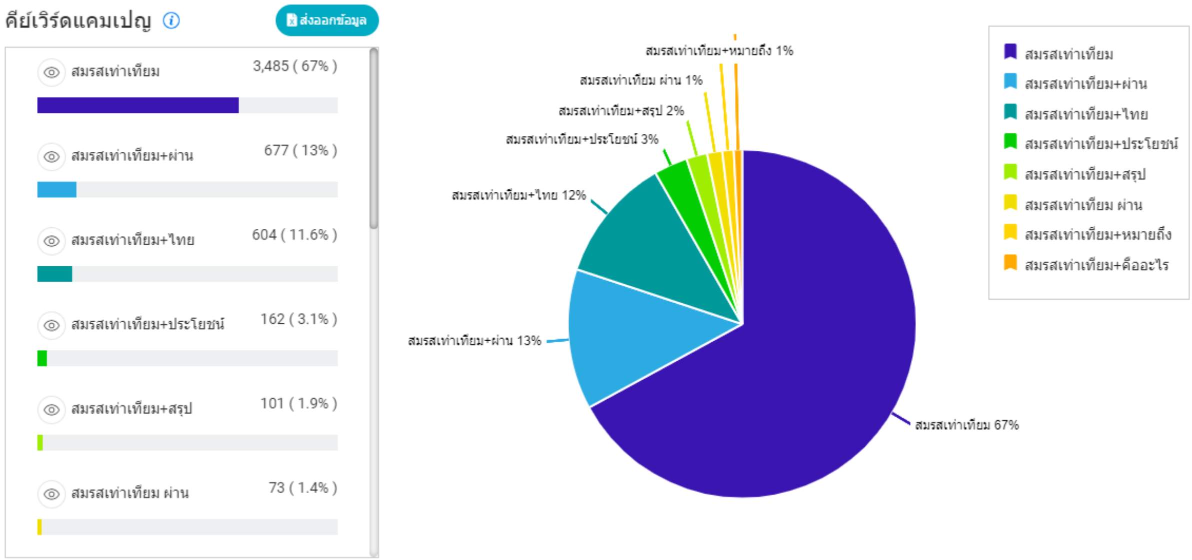

ภาพที่ 155 ตัวอย่างการพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อแสดงประเด็นที่เกิดขึ้นในวันที่สนใจ

ที่มา : www.mandalasystem.com

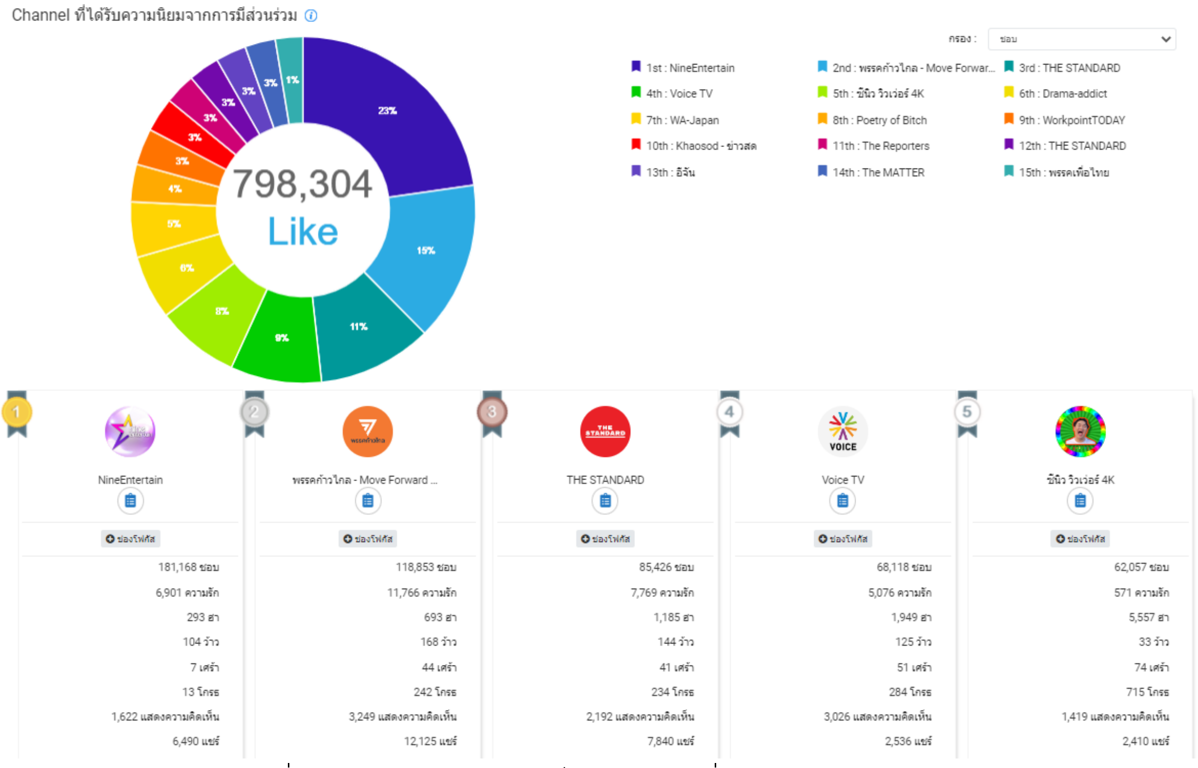
เมื่อได้แนวทางของช่วงระยะเวลาแล้ว จึงพิจารณาแสดงผลเพิ่มเติมตามหมวดที่สนใจได้ เช่น แสดงผลแยกตามแพลตฟอร์ม แสดงผลแยกตามทิศทางความคิดเห็น แสดงผลตามช่องทางที่ได้รับความนิยม บุคคลที่ได้รับการพูดถึง หรือเนื้อหาที่ได้รับการพูดถึง ดังตัวอย่างต่อไปนี้



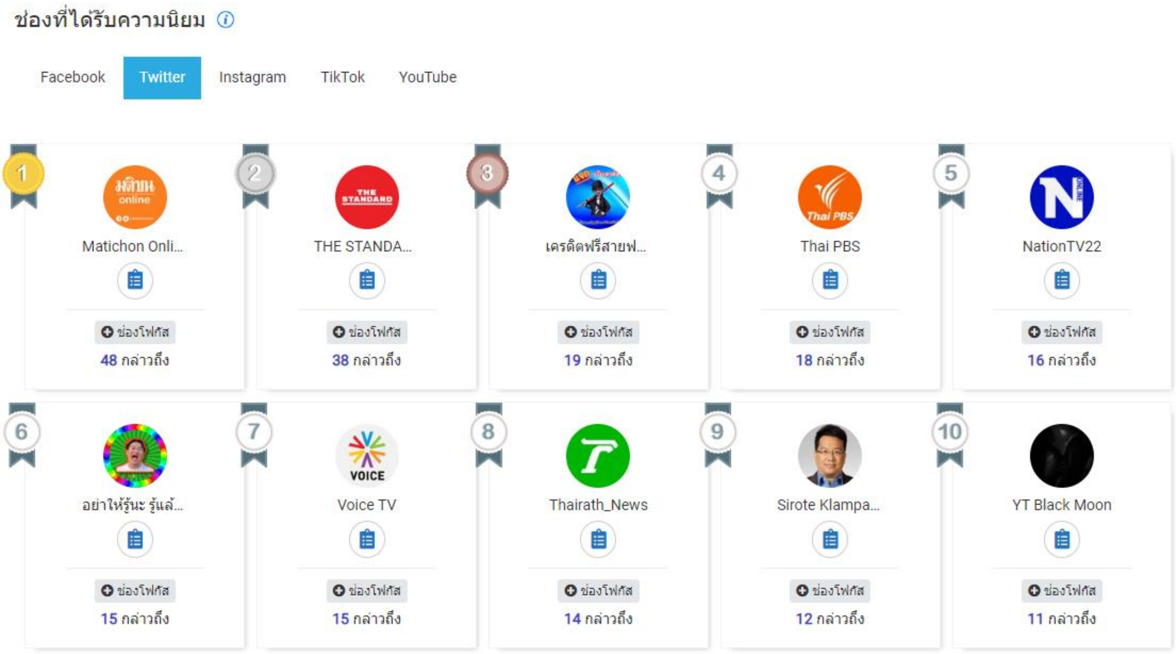

ภาพที่ 156 ตัวอย่างการแสดงผลการเจาะจงความเคลื่อนไหวในแพลตฟอร์ม Facebook
ประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านการเมือง



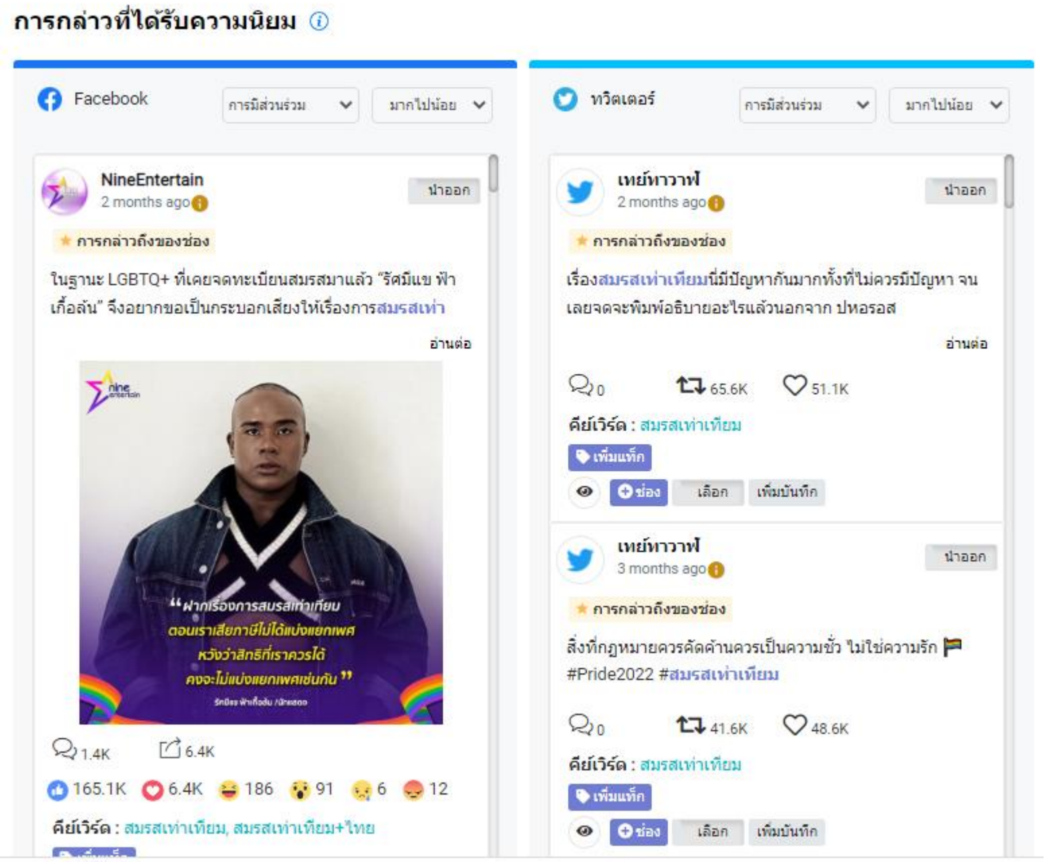

ภาพที่ 157 ตัวอย่างการแสดงผลการเจาะจงช่องทางที่ได้รับความนิยมในแพลตฟอร์ม Facebook
ประเด็นเรียกร้องสิทธิสมรสเท่าเทียม




ภาพที่ 158 ตัวอย่างการแสดงผลเป็นรายช่องทางที่ได้รับความนิยม




ภาพที่ 159 ตัวอย่างการแสดงผลเชิงลึกรายช่องทางที่ได้รับความนิยมในแพลตฟอร์ม twitter




ภาพที่ 160 ตัวอย่างการแสดงผลเชิงลึกด้านเนื้อหาที่ได้รับความนิยมของแต่ละบัญชีในแต่ละแพลตฟอร์ม

# บทที่ 4 รายงานการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ” ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์และจัดทำรายงานผลการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย โดยนำมาใช้ประกอบการจัดทำเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 ตัวอย่าง ซึ่งได้จากการคำนวณจากตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane)[231] โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนในทุกมิติ และกระจายไปในพื้นที่ตัวแทนอย่างทั่วถึง จึงแบ่งเป็นภาคละ 500 ตัวอย่าง ครอบคลุมทั่วทุกภาคของประเทศไทย โดยออกแบบการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ให้จำแนกผลตามช่องทางของสื่อกลางและลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งมีแนวทางในการออกแบบให้สามารถจำแนกผลตามช่องทางของสื่อกลางได้ครอบคลุมสื่อกลางประเภท 3 ประเภท ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 2) สื่อสารมวลชน 3) สื่อใหม่ และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนของความแตกต่างระหว่างช่วงวัยได้ โดยกำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง 6 กลุ่มคือ 1) เยาวชนระดับมัธยมศึกษา 2) กลุ่มมหาวิทยาลัย 3) กลุ่มวัยทำงานตอนต้น 4) กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง 5) กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย และ 6) กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกตามหัวข้อที่เกี่ยวข้องเป็น 4 หัวข้อ และนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์
2. ลักษณะการเปิดรับสื่อในแง่มุมต่าง ๆ
3. ทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย
4. ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

## 1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (Demographic)

### 1.1 ข้อมูลสัดส่วนด้านภูมิภาคที่กลุ่มเป้าหมายอาศัย

ภาพที่ 161 ข้อมูลด้านภูมิภาคที่กลุ่มเป้าหมายอาศัย

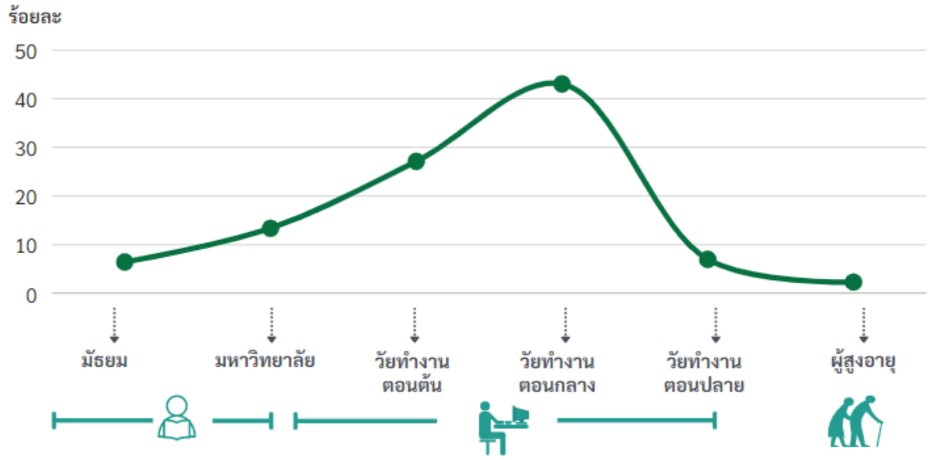
[231] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : สามลดา.

ตารางที่ 1 ข้อมูลด้านภูมิภาคที่กลุ่มเป้าหมายอาศัย

| ภูมิภาคที่กลุ่มเป้าหมายอาศัย | จำนวน (คน) |
|---|---|
| 1) ภาคกลาง | 500 |
| 2) ภาคเหนือ | 500 |
| 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 500 |
| 4) ภาคใต้ | 500 |
| **รวม** | 2,000 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายที่เก็บการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ด้านภูมิภาคที่กลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่นั้นมีการตอบแบบสอบถามทั้ง 4 ภูมิภาค มีจำนวนเท่ากัน คือ 500 คน

### 1.2 ข้อมูลด้านสถานะของกลุ่มเป้าหมาย



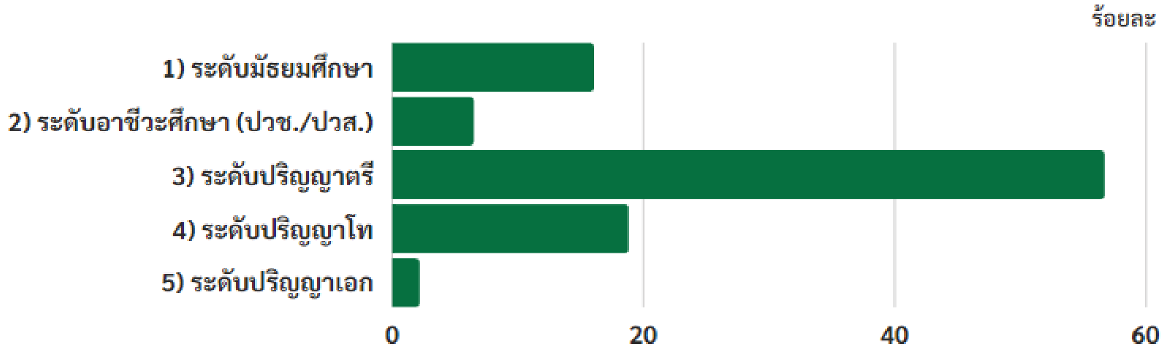

ภาพที่ 162 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านสถานะของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 2 สัดส่วนด้านสถานะของกลุ่มเป้าหมาย

| สถานะของกลุ่มเป้าหมาย | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1) กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษา | 132 | 6.60 |
| 2) กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี | 270 | 13.50 |
| 3) ช่วงอายุระหว่าง 18-29 ปี | 544 | 27.20 |
| 4) ช่วงอายุระหว่าง 30-49 ปี | 861 | 43.05 |
| 5) ช่วงอายุระหว่าง 50-60 ปี | 143 | 7.15 |
| 6) มีอายุ 61 ปีขึ้นไป | 50 | 2.50 |
| **รวม** | 2,000 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลสัดส่วนด้านสถานะของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ กลุ่มที่ช่วงอายุระหว่าง 30-49 ปี จำนวนร้อยละ 43.05 ลำดับที่ 2 คือ กลุ่มที่ช่วงอายุระหว่าง 18-29 ปี จำนวนร้อยละ 27.20 ลำดับที่ 3 คือ กลุ่มที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนร้อยละ 13.50 ลำดับที่ 4 คือ กลุ่มที่ช่วงอายุระหว่าง 50-60 ปี จำนวนร้อยละ 7.15 ลำดับที่ 5 คือ กลุ่มที่กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวนร้อยละ 6.60 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวนร้อยละ 2.50

### 1.3 ข้อมูลด้านระดับการศึกษาสูงสุด



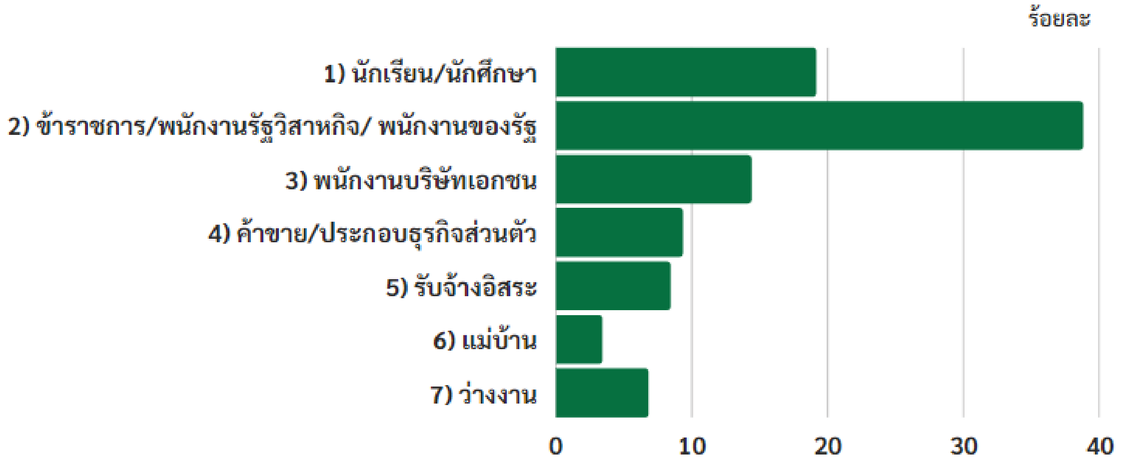

ภาพที่ 163 ข้อมูลด้านระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มเป้าหมาย

| ระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มเป้าหมาย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1) ระดับมัธยมศึกษา | 320 | 16.00 |
| 2) ระดับอาชีวะศึกษา (ปวช./ปวส.) | 129 | 6.45 |
| 3) ระดับปริญญาตรี | 1,134 | 56.70 |
| 4) ระดับปริญญาโท | 375 | 18.75 |
| 5) ระดับปริญญาเอก | 42 | 2.10 |
| **รวม** | 2,000 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนร้อยละ 56.70 ลำดับที่ 2 คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวนร้อยละ 18.75 ลำดับที่ 3 คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวนร้อยละ 16 ลำดับที่ 4 คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับอาชีวะศึกษา (ปวช./ปวส.) จำนวนร้อยละ 6.45 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวนร้อยละ 2.10

### 1.4 ข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มเป้าหมาย



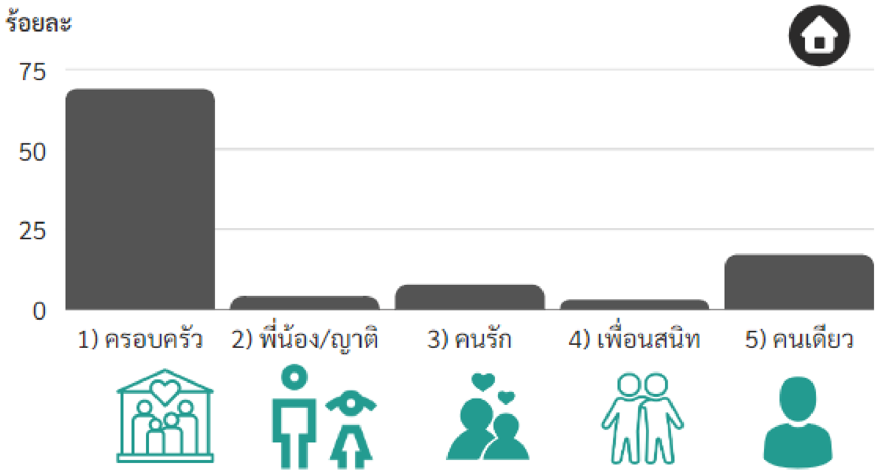

ภาพที่ 164 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4 สัดส่วนด้านอาชีพของกลุ่มเป้าหมาย

| อาชีพของกลุ่มเป้าหมาย | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1) นักเรียน/นักศึกษา | 382 | 19.10 |
| 2) ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 775 | 38.75 |
| 3) พนักงานบริษัทเอกชน | 287 | 14.35 |
| 4) ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 186 | 9.30 |
| 5) รับจ้างอิสระ | 168 | 8.40 |
| 6) แม่บ้าน | 67 | 3.35 |
| 7) ว่างงาน | 135 | 6.75 |
| **รวม** | 2,000 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานของรัฐ มีจำนวนร้อยละ 38.75 ลำดับที่ 2 คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีจำนวนร้อยละ 19.10 ลำดับที่ 3 คือ ผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนร้อยละ 14.35 ลำดับที่ 4 คือ ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวนร้อยละ 9.30 ลำดับที่ 5 คือ กลุ่มผู้รับจ้างอิสระ มีจำนวนร้อยละ 8.40 ลำดับที่ 6 คือ กลุ่มผู้ว่างงาน มีจำนวนร้อยละ 6.75 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มแม่บ้าน มีจำนวนร้อยละ 3.35

## 1.5 ข้อมูลด้านสถานะการพักอาศัยของกลุ่มเป้าหมาย



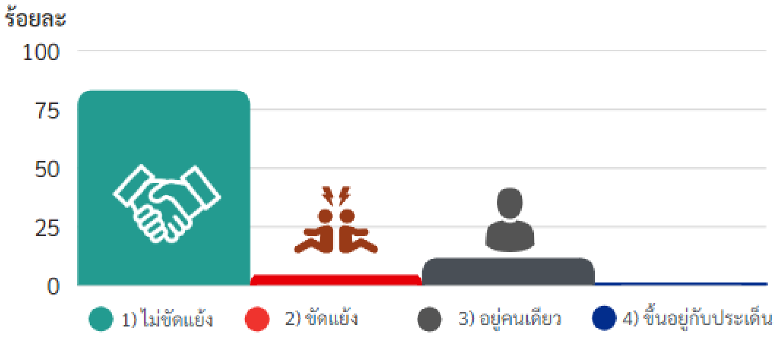

ภาพที่ 165 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านสถานะการพักอาศัยของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 5 สัดส่วนด้านสถานะการพักอาศัยของกลุ่มเป้าหมาย

| สถานะการพักอาศัยของกลุ่มเป้าหมาย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1) อาศัยอยู่กับครอบครัว | 1,375 | 68.75 |
| 2) อาศัยอยู่กับพี่น้อง/ญาติ | 78 | 3.90 |
| 3) อาศัยอยู่กับคนรัก | 150 | 7.50 |
| 4) อาศัยอยู่กับเพื่อนสนิท | 58 | 2.90 |
| 5) อาศัยอยู่คนเดียว | 339 | 16.95 |
| **รวม** | 2,000 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านสถานะการพักอาศัยของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ กลุ่มที่อาศัยอยู่กับครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 68.75 ลำดับที่ 2 คือ กลุ่มที่อาศัยอยู่คนเดียว มีจำนวนร้อยละ 16.95 ลำดับที่ 3 คือ กลุ่มที่อาศัยอยู่กับคนรัก มีจำนวนร้อยละ 7.50 ลำดับที่ 4 คือ กลุ่มที่อาศัยอยู่กับพี่น้อง ญาติ มีจำนวนร้อยละ 3.90 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่อาศัยอยู่กับเพื่อนสนิท มีจำนวนร้อยละ 2.90

### 1.6 ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมกับผู้ที่พักอาศัยร่วมของกลุ่มเป้าหมาย



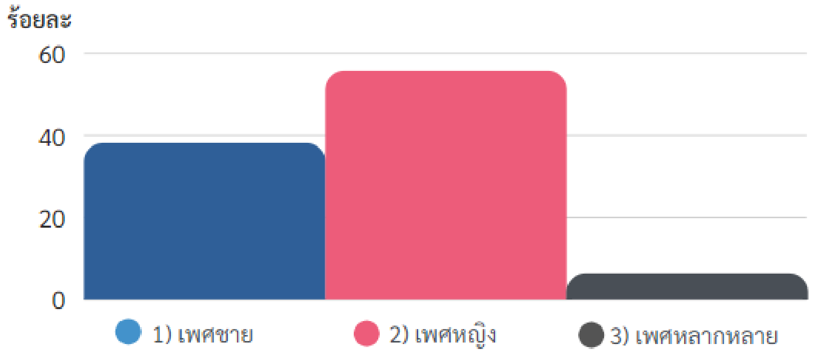

ภาพที่ 166 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมกับผู้ที่พักอาศัยร่วมของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 6 สัดส่วนด้านทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมกับผู้ที่พักอาศัยร่วมของกลุ่มเป้าหมาย

| ทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมกับผู้ที่พักอาศัยร่วม | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1) ไม่ขัดแย้ง | 1,658 | 82.90 |
| 2) ขัดแย้ง | 90 | 4.50 |
| 3) พักอาศัยคนเดียว | 230 | 11.50 |
| 4) ขึ้นอยู่กับแต่ละประเด็น | 22 | 1.10 |
| **รวม** | 2,000 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมกับผู้ที่พักอาศัยอยู่ร่วมกันของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมไม่ขัดแย้งกัน มีจำนวนร้อยละ 82.90 ลำดับที่ 2 คือ กลุ่มที่พักอาศัยคนเดียว มีจำนวนร้อยละ 11.50 ลำดับที่ 3 คือ กลุ่มที่มีทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมขัดแย้งกัน มีจำนวนร้อยละ 4.50 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ขึ้นอยู่กับแต่ละประเด็น มีจำนวนร้อยละ 1.10

### 1.7 ข้อมูลด้านสถานะทางเพศของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 167 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านสถานะทางเพศของกลุ่มเป้าหมาย

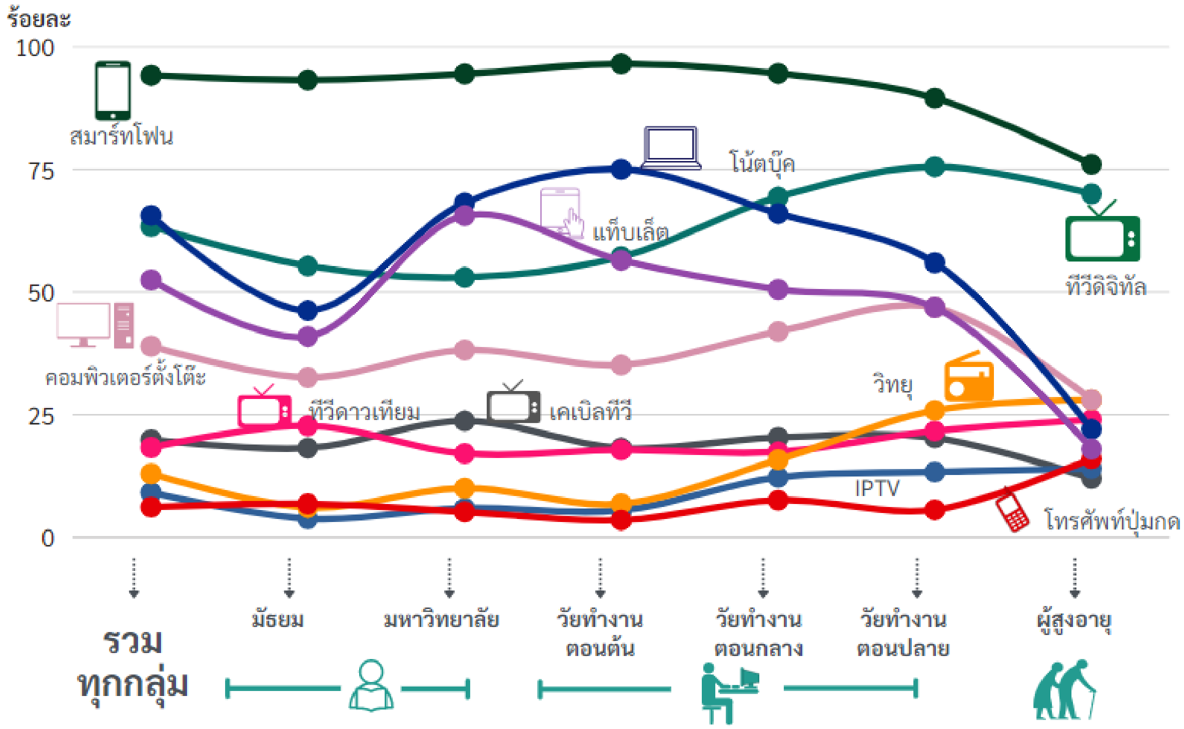
ตารางที่ 7 สัดส่วนด้านสถานะทางเพศของกลุ่มเป้าหมาย

| สถานะทางเพศของกลุ่มเป้าหมาย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1) เพศชาย | 761 | 38.05 |
| 2) เพศหญิง | 1,112 | 55.60 |
| 3) เพศหลากหลาย | 127 | 6.35 |
| **รวม** | 2,000 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านสถานะทางเพศของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ เพศหญิง มีจำนวนร้อยละ 55.60 ลำดับที่ 2 คือ เพศชาย มีจำนวนร้อยละ 38.05 และกลุ่มที่มีความหลายหลายทางเพศ มีจำนวนผู้ตอบน้อยที่สุดในสัดส่วน จำนวนร้อยละ 6.35

## 2. ข้อมูลลักษณะการเปิดรับสื่อในแง่มุมต่าง ๆ

### 2.1 ข้อมูลด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 168 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 8 สัดส่วนด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย (เลือกได้หลายคำตอบ)

| **อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย** | **คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย** | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n=2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) โทรทัศน์ช่องทีวีดิจิทัล | 1,267 | 63.35 | 55.30 | 52.96 | 57.17 | 69.34 | 75.52 | 70.00 |
| 2) โทรทัศน์ช่องเคเบิลทีวี | 397 | 19.85 | 18.18 | 23.70 | 18.20 | 20.33 | 20.28 | 12.00 |
| 3) โทรทัศน์ช่องทีวีดาวเทียม | 366 | 18.30 | 22.73 | 17.04 | 17.83 | 17.42 | 21.68 | 24.00 |
| 4) โทรทัศน์ผ่านกล่อง IPTV | 182 | 9.10 | 3.79 | 5.93 | 5.51 | 12.20 | 13.29 | 14.00 |
| 5) เครื่องรับวิทยุ | 259 | 12.95 | 6.06 | 10.00 | 6.80 | 15.80 | 25.87 | 28.00 |
| 6) โทรศัพท์มือถือปุ่มกด | 123 | 6.15 | 6.82 | 5.19 | 3.49 | 7.55 | 5.59 | 16.00 |
| 7) โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน | 1,883 | 94.15 | 93.18 | 94.44 | 96.51 | 94.54 | 89.51 | 76.00 |
| 8) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ | 779 | 38.95 | 32.58 | 38.15 | 35.11 | 41.93 | 46.85 | 28.00 |
| 9) โน้ตบุ๊ค | 1,312 | 65.60 | 46.21 | 68.15 | 75.00 | 65.97 | 55.94 | 22.00 |
| 10) แท็บเล็ต/ไอแพด | 1,049 | 52.45 | 40.91 | 65.56 | 56.43 | 50.52 | 46.85 | 18.00 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมนั้น สัดส่วนที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเลือกใช้อุปกรณ์มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน มีจำนวนร้อยละ 94.15 ลำดับที่ 2 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 65.60 ลำดับที่ 3 คือ โทรทัศน์ช่องทีวีดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 63.35 ลำดับที่ 4 คือ แท็บเล็ต/ไอแพด มีจำนวนร้อยละ 52.45 ลำดับที่ 5 คือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ มีจำนวนร้อยละ 38.95 ลำดับที่ 6 คือ โทรทัศน์ช่องเคเบิลทีวี มีจำนวนร้อยละ 19.85 ลำดับที่ 7 คือ โทรทัศน์ช่องทีวีดาวเทียม มีจำนวนร้อยละ 18.30 ลำดับที่ 8 คือ เครื่องรับวิทยุ มีจำนวนร้อยละ 12.95 ลำดับที่ 9 คือ โทรทัศน์ผ่านกล่อง IPTV มีจำนวนร้อยละ 9.10 และอุปกรณ์ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกใช้จำนวนน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด มีจำนวนร้อยละ 6.15

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย พบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** เลือกใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงหรือการรับสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน มีจำนวนร้อยละ 93.18 ลำดับที่ 2 คือ โทรทัศน์ช่องทีวีดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 55.3 ลำดับที่ 3 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 46.21 และกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาเลือกใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงหรือการรับสื่อที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ โทรทัศน์ผ่านกล่อง IPTV มีจำนวนร้อยละ 3.79

สำหรับ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรีนั้น** เลือกใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงหรือการรับสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน มีจำนวนร้อยละ 94.44 ลำดับที่ 2 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 68.15 ลำดับที่ 3 คือ แท็บเล็ต/ไอแพด มีจำนวนร้อยละ 65.56 และ

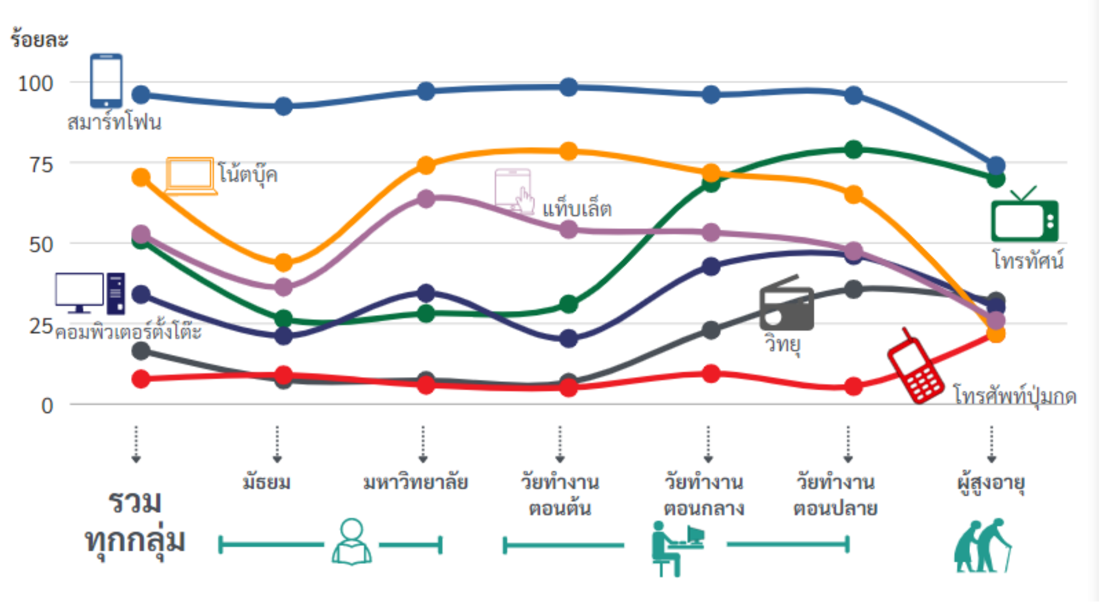
กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรีเลือกใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงหรือการรับสื่อที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด มีจำนวนร้อยละ 5.19

หากพิจารณาด้านมุมมองของกลุ่มช่วงวัยทำงานที่เลือกใช้อุปกรณ์ในการรับข้อมูลข่าวสารนั้นจะพบว่า สัดส่วนการเลือกใช้อุปกรณ์จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่ง**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น**นั้น สัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน มีจำนวนร้อยละ 96.51 ลำดับที่ 2 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 75.00 ลำดับที่ 3 คือ โทรทัศน์ช่องทีวีดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 57.17 และสัดส่วนที่เลือกใช้งานอุปกรณ์น้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด มีจำนวนร้อยละ 3.49

ในขณะที่**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับจากมากที่สุดในการเลือกใช้งานอุปกรณ์นั้น สัดส่วนที่มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 94.54 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 89.51 ลำดับที่ 2 คือ โทรทัศน์ช่องทีวีดิจิทัล กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 69.34 กลุ่มวัยทำงานตอนปลายมีจำนวนร้อยละ 75.52 ลำดับที่ 3 คือ โน้ตบุ๊ค กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 65.97 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 55.94 และสัดส่วนที่เลือกใช้งานอุปกรณ์น้อยที่สุดยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 7.55 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 5.59

สำหรับ**กลุ่มผู้สูงอายุ**ที่เลือกใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงหรือการรับสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน มีจำนวนร้อยละ 76.00 ลำดับที่ 2 คือ โทรทัศน์ช่องทีวีดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 70.00 ลำดับที่ 3 คือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และเครื่องรับวิทยุ มีค่าเฉลี่ยในการเลือกใช้อุปกรณ์เท่ากัน จำนวนร้อยละ 28.00 และกลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงหรือการรับสื่อที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ โทรทัศน์ช่องเคเบิลทีวี มีจำนวนร้อยละ 12.00

### 2.2 ข้อมูลด้านความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 169 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 9 สัดส่วนด้านความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมาย (เลือกได้หลายคำตอบ)

| ความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อ | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n=2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) เครื่องรับโทรทัศน์ | 1,018 | 50.90 | 26.52 | 28.15 | 31.07 | 68.52 | 79.02 | 70.00 |
| 2) เครื่องรับวิทยุ | 332 | 16.60 | 7.58 | 7.41 | 6.80 | 23.00 | 35.66 | 32.00 |
| 3) โทรศัพท์มือถือปุ่มกด (Mobile phone) | 157 | 7.85 | 9.09 | 5.93 | 5.15 | 9.52 | 5.59 | 22.00 |
| 4) โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) | 1,920 | 96.00 | 92.42 | 97.04 | 98.35 | 96.05 | 95.80 | 74.00 |
| 5) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ | 681 | 34.05 | 21.21 | 34.44 | 20.40 | 42.74 | 46.15 | 30.00 |
| 6) โน้ตบุ๊ค | 1,407 | 70.35 | 43.94 | 74.07 | 78.49 | 71.78 | 65.03 | 22.00 |
| 7) แท็บเล็ต/ไอแพด | 1,055 | 52.75 | 36.36 | 63.70 | 54.23 | 53.31 | 47.55 | 26.00 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมนั้น สัดส่วนที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) มีจำนวนร้อยละ 96.00 ลำดับที่ 2 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 70.35 ลำดับที่ 3 คือ แท็บเล็ตหรือไอแพด มีจำนวนร้อยละ 52.75 ลำดับที่ 4 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 50.90 ลำดับที่ 5 คือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ มีจำนวนร้อยละ 34.05 ลำดับที่ 6 คือ เครื่องรับวิทยุ มีจำนวนร้อยละ 16.60 และความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมสัดส่วนน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด (Mobile phone) มีจำนวนร้อยละ 7.85

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา**มีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) มีจำนวนร้อยละ 92.42 ลำดับที่ 2 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 43.94 ลำดับที่ 3 คือ แท็บเล็ตหรือไอแพด มีจำนวนร้อยละ 36.36 และกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษามีอุปกรณ์เข้าถึงสื่อน้อยที่สุด คือ เครื่องรับวิทยุ จำนวนร้อยละ 7.58

ในทางเดียวกัน **กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** มีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกคล้ายกับกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา โดยเรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) มีจำนวนร้อยละ 97.04 ลำดับที่ 2 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 74.07 ลำดับที่ 3 คือ แท็บเล็ตหรือไอแพด มีจำนวนร้อยละ 63.70 และกลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรีมีอุปกรณ์เข้าถึงสื่อน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด (Mobile phone) มีจำนวนร้อยละ 5.93 ซึ่งหากพิจารณา**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** จะเห็นได้ว่า ลำดับในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก และสัดส่วนน้อยที่สุด

สอดคล้องกับกลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) มีจำนวนร้อยละ 98.35 ลำดับที่ 2 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 78.49 ลำดับที่ 3 คือ แท็บเล็ตหรือไอแพด มีจำนวนร้อยละ 54.23 และกลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีอุปกรณ์เข้าถึงสื่อน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด (Mobile phone) มีจำนวนร้อยละ 5.15

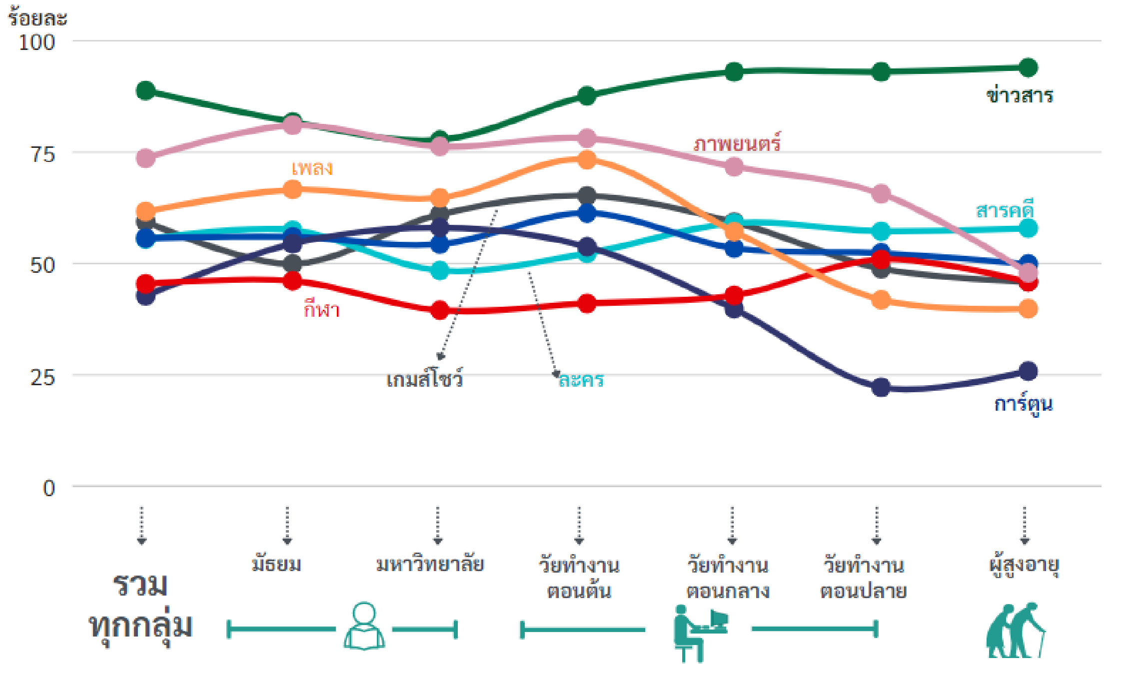
สำหรับ**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) มีจำนวนร้อยละ 96.05 ลำดับที่ 2 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 71.78 ลำดับที่ 3 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 68.52 และความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มวัยทำงานตอนกลางมีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด (Mobile phone) มีจำนวนร้อยละ 9.52

ในทางเดียวกัน **กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกที่คล้ายคลึงกัน โดยเรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) มีจำนวนร้อยละ 95.8 ลำดับที่ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 79.02 ลำดับที่ 3 คือ โน้ตบุ๊ค มีจำนวนร้อยละ 65.03 และด้านความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มวัยทำงานตอนปลายนั้น มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด (Mobile phone) มีจำนวนร้อยละ 5.59

**กลุ่มผู้สูงอายุ** มีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) มีจำนวนร้อยละ 74 ลำดับที่ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 70 ลำดับที่ 3 คือ เครื่องรับวิทยุ มีจำนวนร้อยละ 32.03 และด้านความเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือปุ่มกด (Mobile phone) และโน้ตบุ๊ค ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ร้อยละ 22.00

โดยรวมจะเห็นได้ว่า กลุ่มเป้าหมายทุกช่วงอายุส่วนใหญ่เลือกที่จะเป็นเจ้าของอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อโดยใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart phone) เป็นอุปกรณ์หลัก ซึ่งสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน ในทางเดียวกัน เมื่อเรียงลำดับของกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี กลุ่มวัยทำงานตอนต้น และกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง เลือกที่จะมีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์รองลงมาคือ การใช้โน้ตบุ๊คเป็นอุปกรณ์สื่อสารในการเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ในขณะที่กลุ่มวัยทำงานตอนปลายและกลุ่มผู้สูงอายุนั้น เลือกจะเป็นเจ้าของเครื่องรับโทรทัศน์ แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมความเชี่ยวชาญหรือความถนัดในการใช้สื่อของแต่ละช่วงอายุ สัมพันธ์กับวิธีการใช้งานของอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน และสุดท้ายด้วยปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงและพัฒนาตามยุคสมัย ทำให้โทรศัพท์มือถือปุ่มกด (Mobile phone) เป็นที่ต้องการเป็นเจ้าของในการเข้าถึงสื่อประเภทนี้น้อยที่สุด

## 2.3 ข้อมูลด้านประเภทรายการที่รับชมของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 170 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประเภทรายการที่รับชมของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 10 ประเภทรายการที่รับชมของกลุ่มเป้าหมาย (เลือกได้หลายคำตอบ)

| ประเภทรายการที่รับชม | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) รายการข่าวสาร | 1,776 | 88.80 | 81.82 | 77.78 | 87.68 | 93.03 | 93.01 | 94.00 |
| 2) รายการเกมโชว์ | 1,190 | 59.50 | 50.00 | 61.11 | 65.26 | 59.35 | 48.95 | 46.00 |
| 3) รายการสารคดี | 1,112 | 55.60 | 57.58 | 48.52 | 52.39 | 59.12 | 57.34 | 58.00 |
| 4) รายการละคร | 1,116 | 55.80 | 56.06 | 54.44 | 61.40 | 53.54 | 52.45 | 50.00 |
| 5) รายการการ์ตูน | 858 | 42.90 | 54.55 | 58.15 | 53.86 | 39.95 | 22.38 | 26.00 |
| 6) รายการกีฬา | 911 | 45.55 | 46.21 | 39.63 | 41.18 | 42.97 | 51.05 | 46.00 |
| 7) รายการเพลง | 1,235 | 61.75 | 66.67 | 64.81 | 73.35 | 57.26 | 41.96 | 40.00 |
| 8) รายการภาพยนตร์ | 1,474 | 73.70 | 81.06 | 76.30 | 78.13 | 71.78 | 65.73 | 48.00 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลประเภทรายการที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเลือกรับชมที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ รายการประเภทข่าวสาร มีจำนวนร้อยละ 88.8 ลำดับที่ 2 คือ รายการภาพยนตร์ มีจำนวนร้อยละ 73.70 ลำดับที่ 3 คือ รายการเพลง มีจำนวนร้อยละ 61.75 ลำดับที่ 4 คือ รายการเกมโชว์ มีจำนวนร้อยละ 59.50 ลำดับที่ 5 คือ รายการละคร มีจำนวนร้อยละ 55.80 ลำดับที่ 6 คือ รายการสารคดี มีจำนวนร้อยละ 55.60

ลำดับที่ 7 คือ รายการกีฬา มีจำนวนร้อยละ 45.55 และข้อมูลประเภทรายการที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเลือกรับชมที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ รายการการ์ตูน มีจำนวนร้อยละ 42.90

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ รายการประเภทข่าวสาร มีจำนวนร้อยละ 81.82 ลำดับที่ 2 คือ รายการภาพยนตร์ มีจำนวนร้อยละ 81.06 ลำดับที่ 3 คือ รายการเพลง มีจำนวนร้อยละ 66.67 และการเลือกรับชมประเภทรายการที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ รายการกีฬา มีจำนวนร้อยละ 46.21

ในทิศทางเดียวกัน **กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** เลือกรับชมประเภทรายการที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกเหมือนกัน หากเรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ รายการประเภทข่าวสาร มีจำนวนร้อยละ 77.78 ลำดับที่ 2 คือ รายการภาพยนตร์ มีจำนวนร้อยละ 76.3 ลำดับที่ 3 คือ รายการเพลง มีจำนวนร้อยละ 64.81 และเลือกรับชมประเภทรายการที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ รายการกีฬา มีจำนวนร้อยละ 39.63

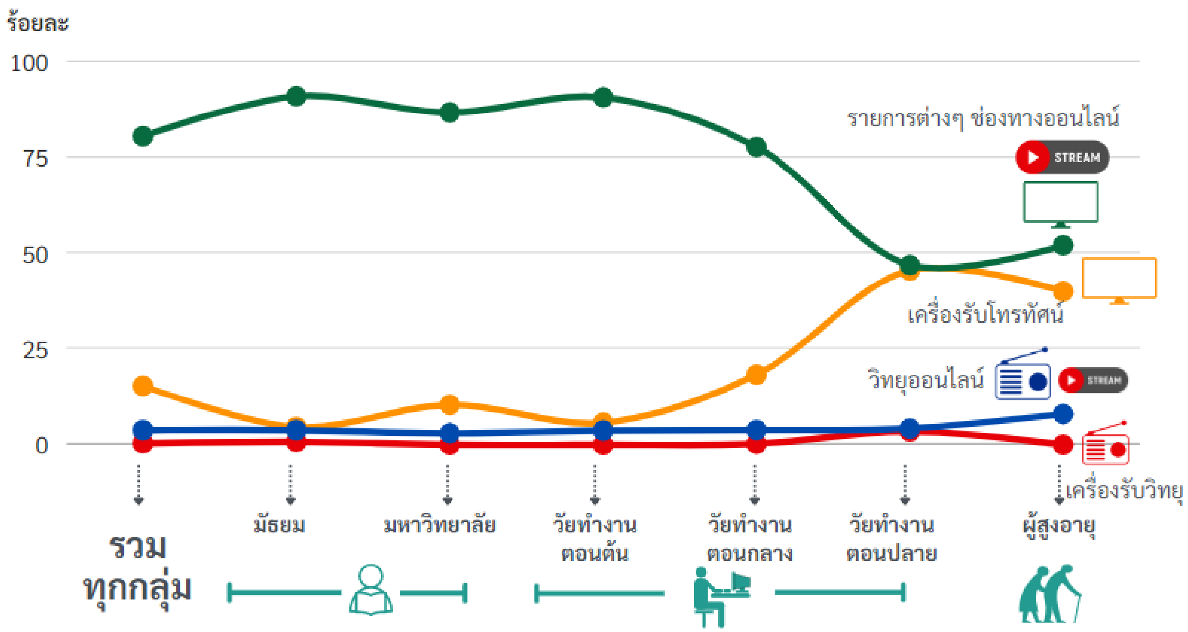
อีกทั้ง **กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** มีการเลือกรับชมประเภทรายการในทิศทางเดียวกับกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาและ กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือรายการประเภทข่าวสาร มีจำนวนร้อยละ 87.68 ลำดับที่ 2 คือ รายการภาพยนตร์ มีจำนวนร้อยละ 78.13 ลำดับที่ 3 คือ รายการเพลง มีจำนวนร้อยละ 73.35 และเลือกรับชมประเภทรายการที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ รายการกีฬา มีจำนวนร้อยละ 41.18

เมื่อพิจารณาถึง**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง**จะพบว่า ประเภทรายการที่เลือกรับชมมากที่สุด คือ รายการประเภทข่าวสาร มีจำนวนร้อยละ 93.03 ลำดับที่ 2 คือ รายการภาพยนตร์ มีจำนวนร้อยละ 71.78 ลำดับที่ 3 คือ รายการเกมโชว์ มีจำนวนร้อยละ 59.35 และประเภทรายการที่เลือกรับชมสัดส่วนน้อยที่สุด คือ รายการการ์ตูน มีจำนวนร้อยละ 39.95

ด้าน**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย**จะพบว่า ประเภทรายการที่เลือกรับชมมากที่สุด คือ รายการประเภทข่าวสาร มีจำนวนร้อยละ 93.01 ลำดับที่ 2 คือ รายการภาพยนตร์ มีจำนวนร้อยละ 65.73 ลำดับที่ 3 คือ รายการสารคดี ร้อยละ 57.34 และประเภทรายการที่เลือกรับชมสัดส่วนน้อยที่สุดนั้น คือ รายการการ์ตูน มีจำนวนร้อยละ 22.38

**กลุ่มผู้สูงอายุ** มีการเลือกรับชมประเภทรายการที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ รายการประเภทข่าวสาร มีจำนวนร้อยละ 94.00 ลำดับที่ 2 คือ รายการสารคดี มีจำนวนร้อยละ 58.00 ลำดับที่ 3 คือ รายการละคร มีจำนวนร้อยละ 50.00 และประเภทรายการที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกรับชมสัดส่วนน้อยที่สุด คือ รายการการ์ตูน มีจำนวนร้อยละ 26.00

## 2.4 ข้อมูลด้านช่องทางที่ใช้รับชมสื่อมากที่สุดของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 171 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านช่องทางที่ใช้รับชมสื่อมากที่สุดของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 11 สัดส่วนด้านช่องทางที่ใช้รับชมสื่อมากที่สุดของกลุ่มเป้าหมาย

| ช่องทางที่ใช้รับชมสื่อมากที่สุด | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) เครื่องรับโทรทัศน์ | 307 | 15.35 | 4.55 | 10.37 | 5.70 | 18.23 | 45.45 | 40.00 |
| 2) รายการต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์ เช่น บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน | 1,609 | 80.45 | 90.91 | 86.67 | 90.63 | 77.70 | 46.85 | 52.00 |
| 3) เครื่องรับวิทยุ | 8 | 0.40 | 0.76 | 0.00 | 0.00 | 0.23 | 3.50 | 0.00 |
| 4) วิทยุออนไลน์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) | 76 | 3.80 | 3.79 | 2.96 | 3.68 | 3.83 | 4.20 | 8.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลของช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดใช้รับชมสื่อ ที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ช่องทางรายการต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์ เช่น บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน จำนวนร้อยละ 80.45 ลำดับที่ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ จำนวนร้อยละ 15.35 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุออนไลน์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) จำนวนร้อยละ 3.80 และช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดใช้รับชมสื่อสัดส่วนน้อยที่สุด คือ เครื่องรับวิทยุ มีจำนวนร้อยละ 0.40

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** ใช้ช่องทางรับชมสื่อในมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ รายการต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์

เช่น บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มีจำนวนร้อยละ 90.91 ลำดับ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 4.55 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุออนไลน์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) มีจำนวนร้อยละ 3.79 และช่องทางที่รับชมสื่อสัดส่วนน้อยที่สุด คือ เครื่องรับวิทยุ มีจำนวนร้อยละ 0.76

ในทางเดียวกันกับ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** ใช้ช่องทางรับชมสื่อในมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ รายการต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์ เช่น บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มีจำนวนร้อยละ 86.67 ลำดับ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 10.37 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุออนไลน์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) มีจำนวนร้อยละ 2.96 และช่องทางที่รับชมสื่อสัดส่วนน้อยที่สุด คือ เครื่องรับวิทยุ ไม่มีจำนวน

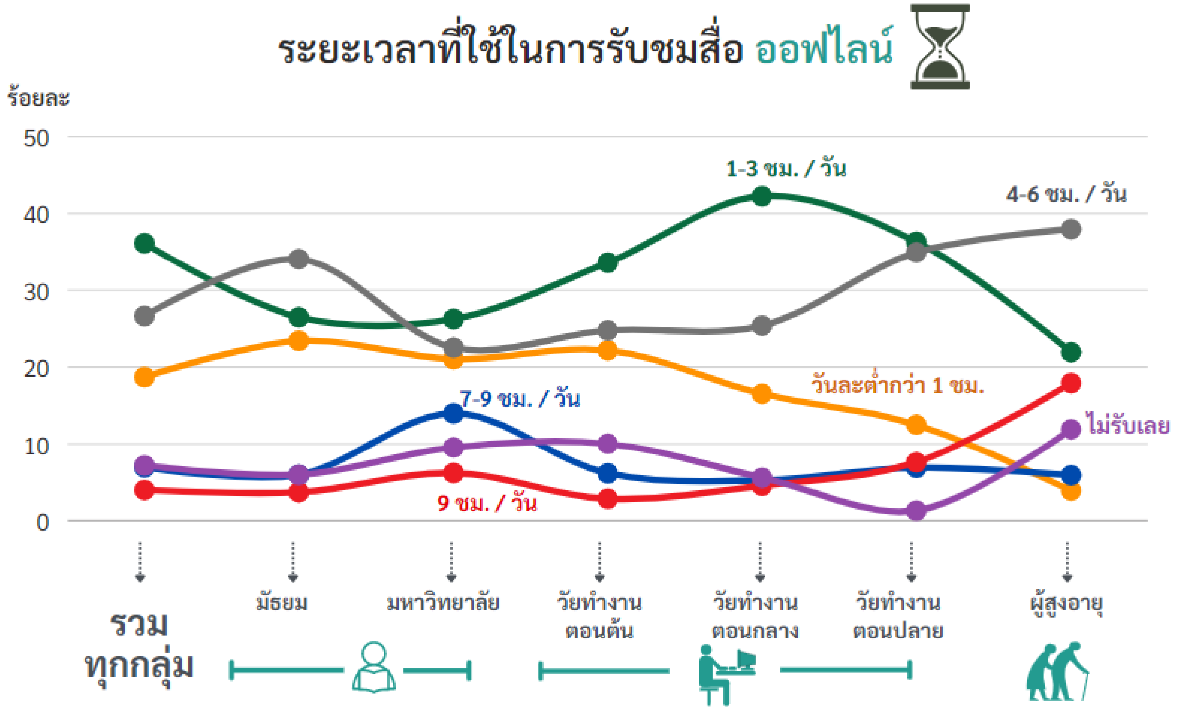
ขณะเดียวกันค่าเฉลี่ยของ **กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** ที่มีการใช้ช่องทางรับชมสื่อ มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ รายการต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์ เช่น บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มีจำนวนร้อยละ 90.63 ลำดับ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 5.70 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุออนไลน์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) มีจำนวนร้อยละ 3.68 และช่องทางที่รับชมสื่อสัดส่วนน้อยที่สุด คือ เครื่องรับวิทยุ ไม่มีจำนวน

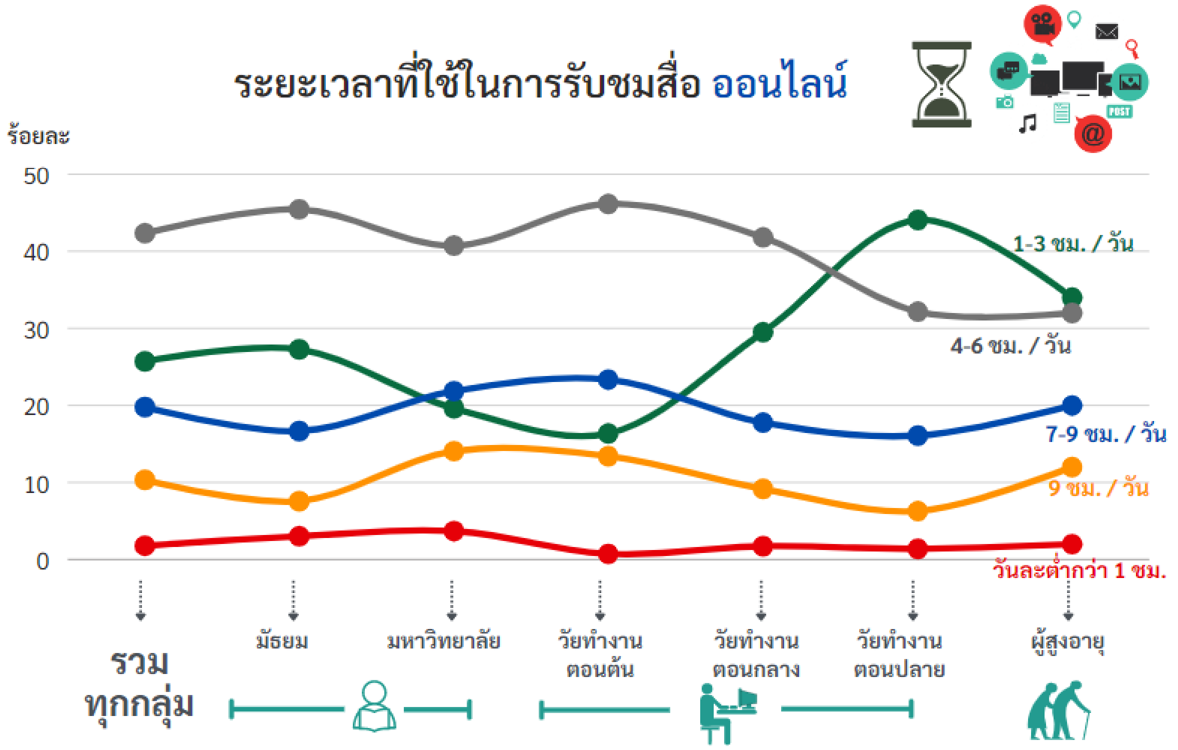
ด้าน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** ได้ใช้ช่องทางรับชมสื่อในมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ รายการต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์ เช่น บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มีจำนวนร้อยละ 77.70 ลำดับ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 18.23 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุออนไลน์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) มีจำนวนร้อยละ 3.83 และช่องทางที่รับชมสื่อสัดส่วนน้อยที่สุด คือ เครื่องรับวิทยุ มีจำนวนร้อยละ 0.23

เมื่อพิจารณาถึง **กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** เป็นที่น่าสังเกตว่าการใช้ช่องทางรับชมสื่อมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุดนั้น คือ รายการต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์ เช่น บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มีจำนวนร้อยละ 46.85 ลำดับ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 45.45 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุออนไลน์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) มีจำนวนร้อยละ 4.2 และช่องทางที่รับชมสื่อสัดส่วนน้อยที่สุด คือ เครื่องรับวิทยุ มีจำนวนร้อยละ 3.50 ซึ่งกลุ่มวัยทำงานตอนปลายจะให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ใกล้เคียงกับเครื่องรับโทรทัศน์

โดยสอดคล้องกับมุมมองของ**กลุ่มผู้สูงอายุ** ที่ใช้ช่องทางรับชมสื่อในมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ รายการต่าง ๆ ทางสื่อออนไลน์ เช่น บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มีจำนวนร้อยละ 52.00 ลำดับ 2 คือ เครื่องรับโทรทัศน์ มีจำนวนร้อยละ 40.00 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุออนไลน์ (ผ่านอินเทอร์เน็ต) มีจำนวนร้อยละ 8.00 และช่องทางที่รับชมสื่อสัดส่วนน้อยที่สุด คือ เครื่องรับวิทยุ ไม่มีจำนวน

**2.5 ข้อมูลด้านระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) และระยะเวลาที่ใช้กับสื่อโซเชียลมีเดีย ของกลุ่มเป้าหมาย**




ภาพที่ 172 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) และระยะเวลาที่ใช้กับสื่อโซเชียลมีเดียของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 12 ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) และระยะเวลาที่ใช้กับสื่อโซเชียลมีเดียของกลุ่มเป้าหมาย

| **<u>ระยะเวลา</u>ที่ใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) และระยะเวลาที่ใช้กับสื่อโซเชียลมีเดีย (Online)** | **คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ)** | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | | | | | |
| | Offline | Online | มัธยม | | ปริญญาตรี | | ทำงานตอนต้น | | ทำงานตอนกลาง | | ทำงานตอนปลาย | | ผู้สูงอายุ | |
| | | | Offline | Online | Offline | Online | Offline | Online | Offline | Online | Offline | Online | Offline | Online |
| 1) ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน | 18.78 | 1.80 | 23.48 | 3.03 | 21.11 | 3.70 | 22.24 | 0.74 | 16.61 | 1.74 | 12.59 | 1.40 | 4.00 | 2.00 |
| 2) 1-3 ชั่วโมงต่อวัน | 36.14 | 25.72 | 26.52 | 27.27 | 26.30 | 19.63 | 33.64 | 16.36 | 42.28 | 29.50 | 36.36 | 44.06 | 22.00 | 34.00 |
| 3) 4-6 ชั่วโมงต่อวัน | 26.70 | 42.34 | 34.09 | 45.45 | 22.59 | 40.74 | 24.82 | 46.14 | 25.44 | 41.81 | 34.97 | 32.17 | 38.00 | 32.00 |
| 4) 7-9 ชั่วโมงต่อวัน | 7.02 | 19.79 | 6.06 | 16.67 | 14.07 | 21.85 | 6.25 | 23.35 | 5.34 | 17.77 | 6.99 | 16.08 | 6.00 | 20.00 |
| 5) 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน | 4.09 | 10.35 | 3.79 | 7.58 | 6.30 | 14.07 | 2.94 | 13.42 | 4.65 | 9.18 | 7.69 | 6.29 | 18.00 | 12.00 |
| 6) ไม่ได้รับชมเลย | 7.27 | - | 6.06 | - | 9.63 | - | 10.11 | - | 5.69 | - | 1.40 | - | 12.00 | - |
| **รวม** | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านระยะเวลาที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเลือกใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) เรียงลำดับจากการเลือกระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งาน Offline 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 36.14 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งาน Offline 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 26.70 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งาน Offline ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 18.78 ลำดับที่ 4 คือไม่ได้รับชม Offline เลย มีจำนวนร้อยละ 7.27 ลำดับที่ 5 คือ ใช้งาน Offline 7-9 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 7.02 และลำดับระยะเวลาที่ใช้งานผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) น้อยที่สุด คือ 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 4.09 สำหรับข้อมูลด้านระยะเวลาที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเลือกใช้อินเทอร์เน็ตกับสื่อโซเชียลมีเดีย (Online) นั้น เรียงลำดับจากการเลือกระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งาน Online 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 42.34 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งาน Online 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 25.72 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งาน Online 7-9 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 19.79 ลำดับที่ 4 คือ ใช้งาน Online 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 10.35 ลำดับที่ 5 คือ ใช้งาน Online ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 1.80

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** เลือกระยะเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนที่มากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกใช้ระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Offline 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 34.09 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Offline 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 26.5 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Offline ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 23.48 และลำดับระยะเวลาที่ใช้งานแบบ Offline ลำดับน้อยที่สุด คือ ใช้งาน 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 3.79 ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตกับสื่อโซเชียลมีเดีย (Online) ในสัดส่วนที่มากที่สุด 3 ลำดับแรกเรียงลำดับจากการเลือกใช้ระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Online 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 45.45 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Online 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 27.27 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Online 7-9 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 16.7 และลำดับระยะเวลาที่ใช้งานแบบ Online สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 3.03

**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** เลือกระยะเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกใช้ระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Offline 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 26.30 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Offline 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 22.59 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Offline ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 21.11 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Offline สัดส่วนน้อยที่สุด คือ 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 6.30 ในขณะที่ด้านการเลือกระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตกับสื่อโซเชียลมีเดีย (Online) สัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Online 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 40.74 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Online 7-9 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 21.85 ลำดับที่ 3 คือใช้งานแบบ Online 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 19.63 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Online สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 3.70 จากสัดส่วนของกลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรีแสดงให้เห็นว่าเป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุใกล้เคียงกับกลุ่มวัยทำงานตอนต้น อันเนื่องจากมักจะใช้เวลาในการใช้งานระยะเวลาในการรับชมสื่อที่คล้ายคลึงกัน

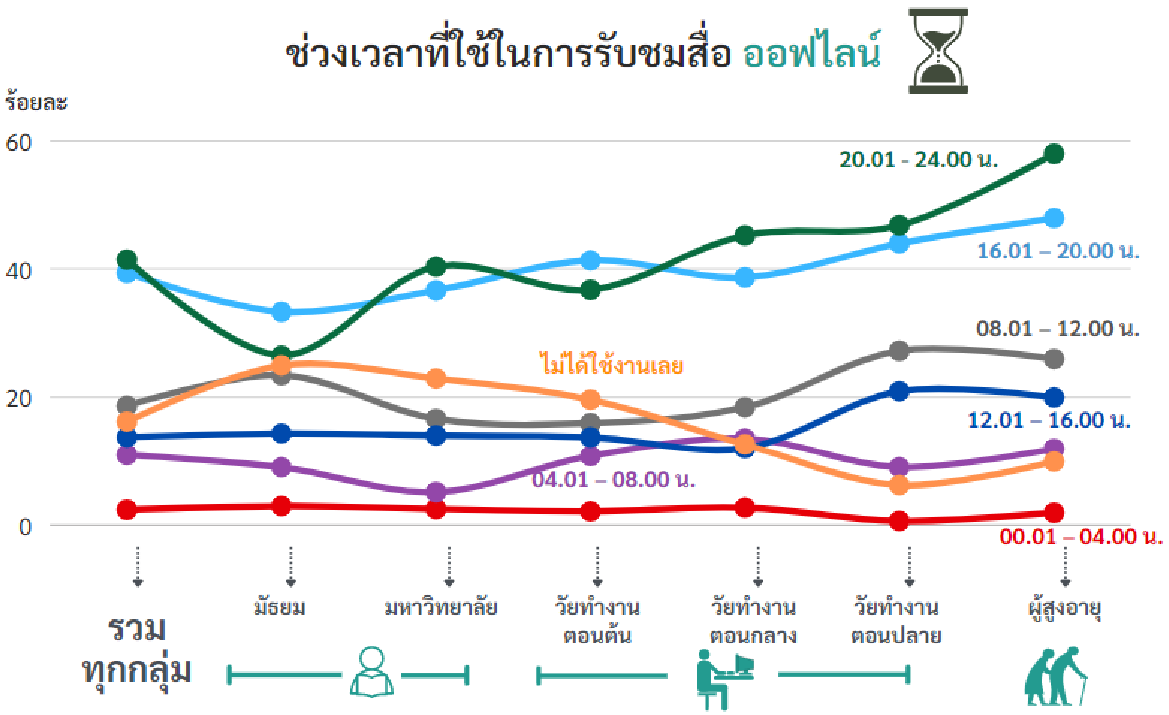
**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** ใช้ระยะเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกใช้ระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Offline 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 33.64 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Offline 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 24.82 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Offline ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 22.24 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Offline สัดส่วนน้อยที่สุด คือ 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 2.94 ในขณะที่ด้านการเลือกระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตกับสื่อโซเชียลมีเดีย (Online) มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Online 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 46.14 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Online 7-9 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 23.35 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Online 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 16.36 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Online สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 0.74

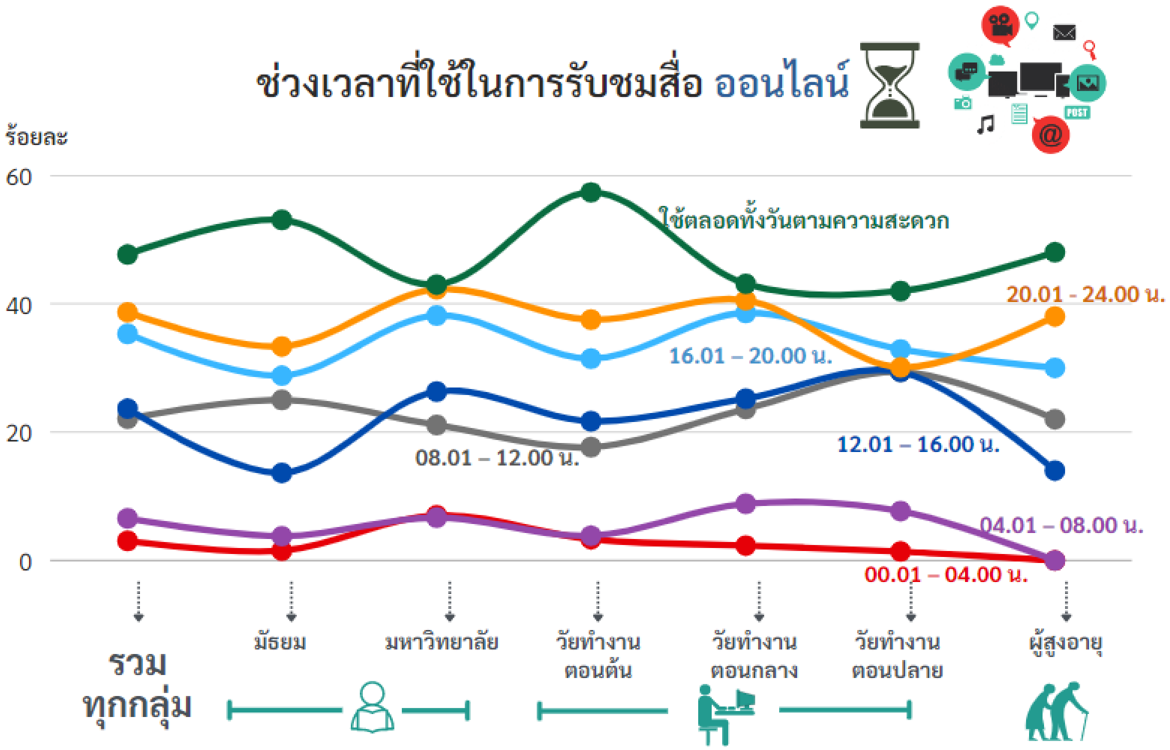
**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** เลือกระยะเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกใช้ระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Offline 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 42.28 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Offline 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 25.44 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Offline ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 16.61 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Offline สัดส่วนน้อยที่สุด คือ 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 4.65 ในขณะที่ด้านการเลือกระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตกับสื่อโซเชียลมีเดีย (Online) มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Online 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 41.80 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Online 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 29.50 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Online 7-9 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 17.77 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Online สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 1.74

ในทิศทางเดียวกัน **กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** เลือกระยะเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากการเลือกใช้ระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Offline 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 36.36 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Offline 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 35.00 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Offline ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 12.59 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Offline สัดส่วนน้อยที่สุด คือ 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 7.69 ในขณะที่ด้านการเลือกระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตกับสื่อโซเชียลมีเดีย (Online) มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Online 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 44.06 ลำดับที่ 2 ใช้งานแบบ Online 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 32.17 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Online 7-9 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 16.08 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Online สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 1.40

ในส่วนของ**กลุ่มผู้สูงอายุ** เลือกระยะเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกใช้ระยะเวลาที่ใช้งานต่อชั่วโมงมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Offline 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 38 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Offline 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 22.00 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Offline 9 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 18.00 และลำดับการเลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Offline ที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 4.00 ในขณะที่ด้านการเลือกระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตกับสื่อโซเชียลมีเดีย (Online) มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากการเลือกมากที่สุด คือ ใช้งานแบบ Online 1-3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 34.00 ลำดับที่ 2 คือ ใช้งานแบบ Online 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 32.00 ลำดับที่ 3 คือ ใช้งานแบบ Online 7-9 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 20.00 และลำดับที่เลือกระยะเวลาใช้งานแบบ Online มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนร้อยละ 2.00

**2.6 <u>ช่วงเวลา</u>ที่ใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) และช่วงเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดียของกลุ่มเป้าหมาย**




ภาพที่ 173 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านช่วงเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) และช่วงเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดียของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 13 ช่วงเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) และช่วงเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดียกลุ่มเป้าหมาย (เลือกได้หลายคำตอบ)

| ช่วงเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) และช่วงเวลาที่ใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ( | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | | | | | |
| | Offline | Online | มัธยม | | ปริญญาตรี | | ทำงานตอนต้น | | ทำงานตอนกลาง | | ทำงานตอนปลาย | | ผู้สูงอายุ | |
| | | | Offline | Online | Offline | Online | Offline | Online | Offline | Online | Offline | Online | Offline | Online |
| 1) 00.01 – 04.00 น. | 2.45 | 3.05 | 3.03 | 1.52 | 2.59 | 7.04 | 2.21 | 3.31 | 2.79 | 2.32 | 0.70 | 1.40 | 2.00 | 0.00 |
| 2) 04.01 – 08.00 น. | 11.05 | 6.55 | 9.0 | 3.7 | 5.1 | 6.6 | 10. | 3.8 | 13. | 8.8 | 9.0 | 7.6 | 12. | 0.0 |
| 3) 08.01 – 12.00 น. | 18.70 | 22.10 | 23.48 | 25.00 | 16.67 | 21.11 | 15.99 | 17.65 | 18.47 | 23.58 | 27.27 | 29.37 | 26.00 | 22.00 |
| 4) 12.01 – 16.00 น. | 13.80 | 23.65 | 14.39 | 13.64 | 14.07 | 26.30 | 13.79 | 21.69 | 12.08 | 25.20 | 20.98 | 29.37 | 20.00 | 14.00 |
| 5) 16.01 – 20.00 น. | 39.40 | 35.30 | 33.33 | 28.79 | 36.67 | 38.15 | 41.36 | 31.43 | 38.68 | 38.56 | 44.06 | 32.87 | 48.00 | 30.00 |
| 6) 20.01 - 24.00 น. | 41.50 | 38.65 | 26.52 | 33.33 | 40.37 | 42.22 | 36.76 | 37.50 | 45.30 | 40.53 | 46.85 | 30.07 | 58.00 | 38.00 |
| 7) offlineไม่ได้ใช้ช่องทางนี้เลย /Onlineใช้ตลอดทั้งวันตามความสะดวก | 16.25 | 47.65 | 25.00 | 53.03 | 22.96 | 42.96 | 19.67 | 57.35 | 12.66 | 43.09 | 6.29 | 41.96 | 10.00 | 48.00 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 41.5 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 39.4 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น. มีจำนวนร้อยละ 18.70 ลำดับที่ 4 คือ ไม่ได้ใช้ช่องทางนี้เลย มีจำนวนร้อยละ 16.25 ลำดับที่ 5 คือ ช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. มีจำนวนร้อยละ 13.80 ลำดับที่ 6 คือ ช่วงเวลา 04.01 – 08.00 น. มีจำนวนร้อยละ 11.05 และช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 2.45 สำหรับข้อมูลช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) นั้น เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ ใช้ตลอดทั้งวันตามความสะดวก มีจำนวนร้อยละ 47.65 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 38.65 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 35.30 ลำดับที่ 4 คือช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. มีจำนวนร้อยละ 23.65 ลำดับที่ 5 คือ ช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น. มีจำนวนร้อยละ 22.1 ลำดับที่ 6 คือ ช่วงเวลา 04.01 – 08.00 น. มีจำนวนร้อยละ 6.55 และช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 3.05

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีการใช้ช่วงเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 33.33 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 26.52 ลำดับที่ 3 คือ ไม่ได้ใช้ช่องทางนี้เลย มีจำนวนร้อยละ 25.00 และช่วงเวลาที่กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 3.03 สำหรับข้อมูลช่วงเวลาที่กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ใช้ตลอดทั้งวันตามความสะดวก มีจำนวนร้อยละ 53.03 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 33.33 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 28.79 และช่วงเวลาที่กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 1.52

**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** มีการใช้ช่วงเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 40.37 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 36.67 ลำดับที่ 3 คือ ไม่ได้ใช้ช่องทางนี้เลย มีจำนวนร้อยละ 22.96 และช่วงเวลาที่กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรีใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 2.59 สำหรับข้อมูลช่วงเวลาที่กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรีใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ใช้ตลอดทั้งวันตามความสะดวก มีจำนวนร้อยละ 42.96 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 42.22 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 38.15 และช่วงเวลาที่กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรีใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 04.01 – 08.00 น. มีจำนวนร้อยละ 6.67

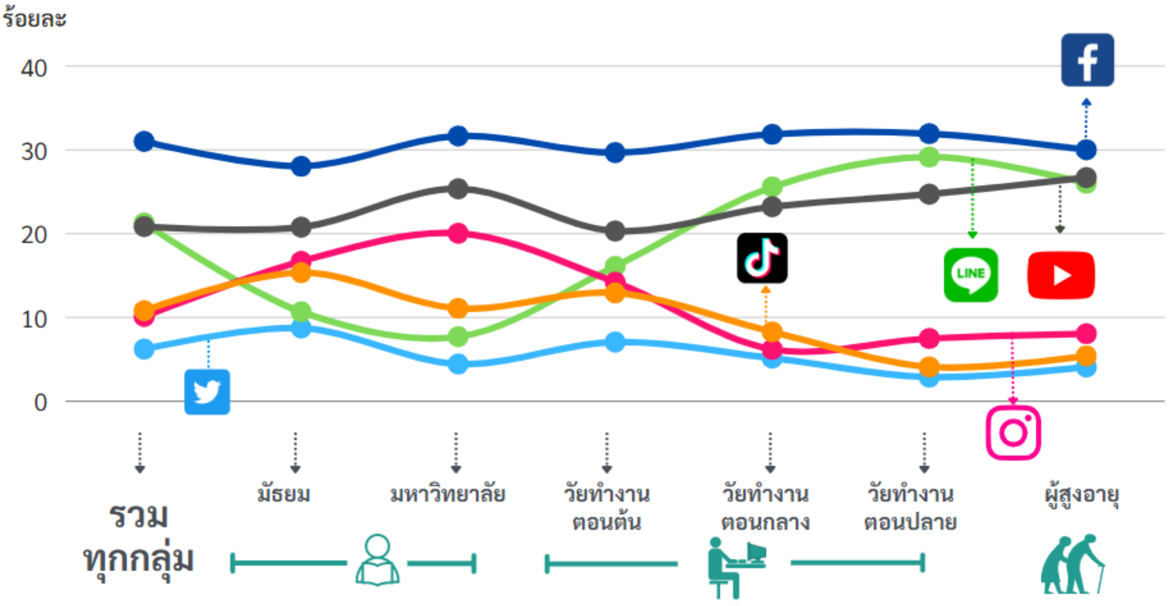
**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** มีการใช้ช่วงเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 41.36 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 36.76 ลำดับที่ 3 คือ ไม่ได้ใช้ช่องทางนี้เลย มีจำนวนร้อยละ 19.67 และช่วงเวลาที่กลุ่มวัยทำงานตอนต้นใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 2.21 สำหรับข้อมูลช่วงเวลาที่กลุ่มวัยทำงานตอนต้นใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ใช้ตลอดทั้งวันตามความสะดวก มีจำนวนร้อยละ 57.35 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 37.50 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 31.43 และช่วงเวลาที่กลุ่มวัยทำงานตอนต้นใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 3.31

**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีการใช้ช่วงเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 45.30 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 38.68 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น. มีจำนวนร้อยละ 18.47 และช่วงเวลาที่กลุ่มวัยทำงานตอนกลางใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 2.79 สำหรับข้อมูลช่วงเวลากลุ่มวัยทำงานตอนกลางใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ใช้ตลอดทั้งวันตามความสะดวก มีจำนวนร้อยละ 43.09 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 40.53 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 38.56 และช่วงเวลาที่กลุ่มวัยทำงานตอนกลางใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 2.32

**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีการใช้ช่วงเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 46.85 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 44.06 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น. มีจำนวนร้อยละ 27.27 และช่วงเวลาที่กลุ่มวัยทำงานตอนปลายใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 0.70 สำหรับข้อมูลช่วงเวลาที่กลุ่มวัยทำงานตอนปลายใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ใช้ตลอดทั้งวันตามความสะดวก มีจำนวนร้อยละ 41.96 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 32.87 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 30.07 และช่วงเวลาที่กลุ่มวัยทำงานตอนปลายใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 1.40

**กลุ่มผู้สูงอายุ** มีการใช้ช่วงเวลาในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 58.00 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 48.00 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น. มีจำนวนร้อยละ 26.00 และช่วงเวลาที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้ในการรับชมสื่อผ่านช่องทางที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Offline) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. มีจำนวนร้อยละ 2.00 สำหรับข้อมูลช่วงเวลาที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) ในสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ใช้ตลอดทั้งวันตามความสะดวก มีจำนวนร้อยละ 48.00 ลำดับที่ 2 คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. มีจำนวนร้อยละ 38.00 ลำดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. มีจำนวนร้อยละ 30.00 และช่วงเวลาที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้ในการรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย (Online) สัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 น. ไม่มีจำนวน

### 2.7 แอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการรับสื่อมากที่สุด




ภาพที่ 174 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านแอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการรับสื่อมากที่สุด

ตารางที่ 14 แอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการรับสื่อมากที่สุด

| **แอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการรับสื่อมากที่สุด** | **คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย** | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) Facebook | 620 | 31.00 | 28.03 | 31.64 | 29.66 | 31.86 | 31.93 | 30.00 |
| 2) Twitter | 123 | 6.15 | 8.67 | 4.37 | 6.99 | 5.07 | 2.80 | 4.00 |
| 3) Line | 425 | 21.25 | 10.61 | 7.63 | 16.05 | 25.55 | 29.14 | 26.00 |
| 4) Instagram | 201 | 10.05 | 16.65 | 20.01 | 14.15 | 6.12 | 7.43 | 8.00 |
| 5) Youtube | 416 | 20.80 | 20.74 | 25.33 | 20.28 | 23.19 | 24.68 | 26.67 |
| 6) Tiktok | 215 | 10.75 | 15.30 | 11.02 | 12.87 | 8.21 | 4.02 | 5.33 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่าโดยรวมแอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการรับสื่อมากที่สุด คือ Facebook มีจำนวนร้อยละ 31.00 ลำดับที่ 2 คือ Line มีจำนวนร้อยละ 21.25 ลำดับที่ 3 คือ Youtube มีจำนวนร้อยละ 20.80 ลำดับที่ 4 คือ Tiktok มีจำนวนร้อยละ 10.75 ลำดับที่ 5 คือ Instargram มีจำนวนร้อยละ 10.05 และแอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการรับสื่อจำนวนน้อยที่สุด คือ Twitter มีจำนวนร้อยละ 6.15

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า แอปพลิเคชันที่**กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาและกลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี**ใช้ในการรับสื่อมากที่สุดมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับแอปพลิเคชันที่ใช้รับสื่อนั้น สัดส่วนที่มากที่สุด คือ Facebook โดยกลุ่มเยาวชนระดับ

มัธยมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 28.03 กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 31.64 ลำดับที่ 2 คือ Youtube โดยกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 20.74 กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 25.33 ลำดับที่ 3 คือ Instagram โดยกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 16.65 กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 20.01 และสัดส่วนแอปพลิเคชันที่ใช้รับสื่อน้อยที่สุดยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ Twitter โดยกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 8.67 กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 4.37

หากพิจารณามุมมองต่อแอปพลิเคชันที่กลุ่มวัยทำงานใช้ในการรับสื่อนั้นจะพบว่า แอปพลิเคชันที่**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น**ใช้ในการรับสื่อมากที่สุดมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ Facebook มีจำนวนร้อยละ 29.66 ลำดับที่ 2 คือ Youtube มีจำนวนร้อยละ 20.28 ลำดับที่ 3 คือ Line มีจำนวนร้อยละ 16.05 และสัดส่วนแอปพลิเคชันที่ใช้รับสื่อน้อยที่สุด คือ Twitter มีจำนวนร้อยละ 5.07

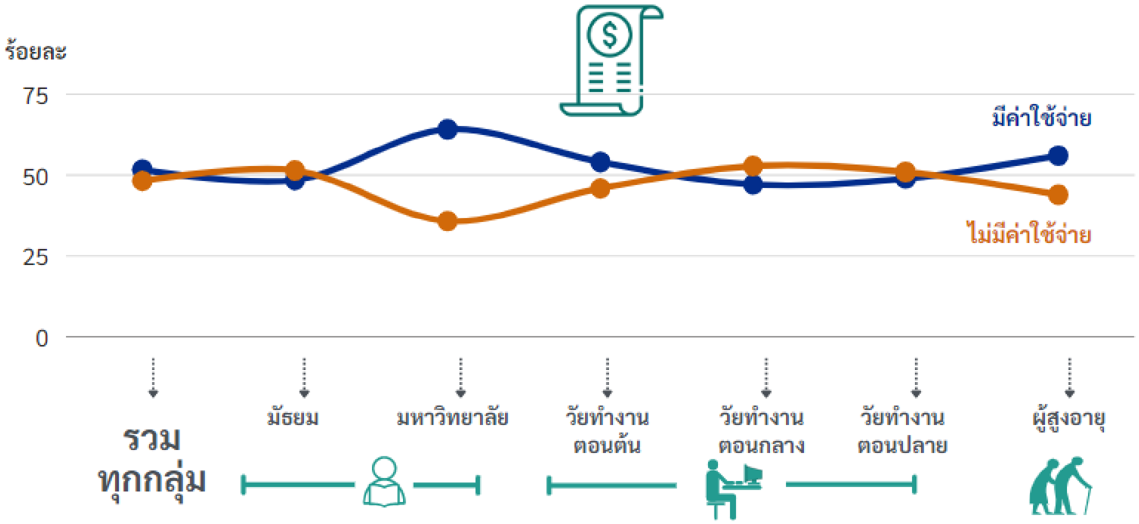
ถัดมาในส่วนของแอปพลิเคชันที่**กลุ่มวัยทำงานตอนกลางและกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย**ใช้ในการรับสื่อมากที่สุดมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับแอปพลิเคชันที่ใช้รับสื่อนั้นสัดส่วนที่มากที่สุด คือ Facebook โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 31.86 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 31.93 ลำดับที่ 2 คือ Line โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 25.55 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 29.14 ลำดับที่ 3 คือ Youtube โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 23.19 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 24.68

สำหรับแอปพลิเคชันที่**กลุ่มผู้สูงอายุ**ใช้ในการรับสื่อ ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ Facebook มีจำนวนร้อยละ 30.00 ลำดับที่ 2 คือ Youtube มีจำนวนร้อยละ 26.67 ลำดับที่ 3 คือ Line มีจำนวนร้อยละ 26.00 และสัดส่วนแอปพลิเคชันที่ใช้รับสื่อน้อยที่สุด คือ Twitter มีจำนวนร้อยละ 4.00

สามารถอภิปรายสรุปได้ว่า แอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มใช้ในการรับสื่อมากที่สุดนั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ Facebook โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทุกกลุ่มเป้าหมายเท่ากับร้อยละ 31 จากค่าเฉลี่ยเต็ม 100 ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจการใช้งานแอปพลิเคชันจาก Thailand Digital Stat 2022 โดย We Are Social ที่ระบุถึงแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ประชาชนคนไทยใช้งานมากที่สุดในปี ค.ศ. 2022 อาจวิเคราะห์ได้ว่า แอปพลิเคชัน Facebook มีการแสดงผลเนื้อหาด้วยรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การโพสต์ข้อความ การแสดงความคิดเห็น (Comment) การกดส่งต่อข้อความ (Share) การกดแสดงความรู้สึกต่อโพสต์ เช่น กดถูกใจ (Like) กดรู้สึกรัก (Love) กดรู้สึกขำขัน (Laugh) กดรู้สึกเศร้า (Sad) และกดรู้สึกโกรธ (Angry) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังแสดงผลในรูปแบบรูปภาพ คลิปเสียง คลิปวิดีโอ รวมถึงการถ่ายทอดสด (Live) ทำให้ผู้ใช้งานได้รับชมเนื้อหาที่หลากหลายแง่มุม หลากหลายประเด็น และติดตามสถานการณ์ ข้อมูลข่าวสารได้ทันท่วงทีผ่านการรับชมการถ่ายทอดสดของเพจสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ ประกอบกับ แอปพลิเคชัน Facebook สามารถเข้าถึงได้ผ่านอุปกรณ์การใช้งานที่หลากหลายอย่าง คอมพิวเตอร์ (Computer) โน้ตบุ๊ก (Notebook) แท็บเล็ต (Tablet) โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smartphone) ที่สามารถใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว ในทุกที่ทุกเวลา จึงทำให้แอปพลิเคชัน Facebook เป็นแพลตฟอร์มที่นิยมมากที่สุดสำหรับการใช้รับสื่อ ในขณะที่ แอปพลิเคชันที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการรับสื่อน้อยที่สุด คือ Twitter นั้น อาจวิเคราะห์ได้ว่า

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลอาจไม่มีความหลากหลายเท่าแอปพลิเคชัน Facebook หรืออาจมีรูปแบบการใช้งานที่ค่อนข้างซับซ้อน และเป็นแอปพลิเคชันที่มักเป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มคนบางกลุ่ม มีลักษณะเป็นพื้นที่ส่งต่อกระจายข้อมูลในบางประเด็นเฉพาะ จึงอาจทำให้ประชาชนคนไทยเลือกใช้แอปพลิเคชันดังกล่าวในการรับสื่อในสัดส่วนน้อยที่สุด

### 2.8 ข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 175 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 15 ค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อของกลุ่มเป้าหมาย

| ค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อ | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) มีค่าใช้จ่าย | 1,035 | 51.75 | 48.48 | 64.07 | 54.04 | 47.15 | 48.95 | 56.00 |
| 2) ไม่มีค่าใช้จ่าย | 965 | 48.25 | 51.52 | 35.93 | 45.96 | 52.85 | 51.05 | 44.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดนั้น เรียงลำดับจากสัดส่วนมากที่สุด คือ การรับชมสื่อมีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 51.75 และสัดส่วนน้อยที่สุด คือ การรับชมสื่อไม่มีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 48.25

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีข้อมูลค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ การรับชมสื่อไม่มีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 51.52 และสัดส่วนน้อยที่สุด คือ การรับชมสื่อมีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 48.48

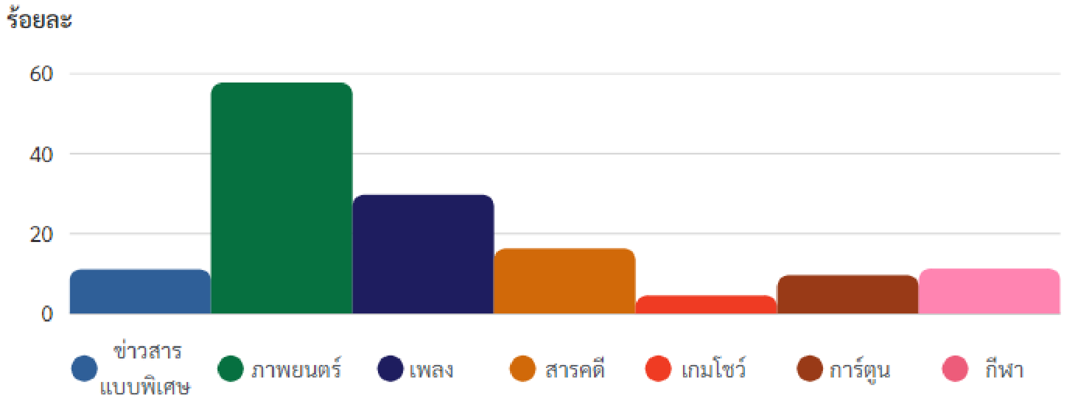
ในทางกลับกัน **กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** มีข้อมูลค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ การรับชมสื่อมีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 64.07 และสัดส่วนน้อยที่สุด คือ การรับชมสื่อไม่มีค่าใช้จ่าย

มีจำนวนร้อยละ 35.93 เช่นเดียวกับ**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** มีข้อมูลค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ การรับชมสื่อมีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 54.04 และสัดส่วนน้อยที่สุด คือ การรับชมสื่อไม่มีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 45.96

ในขณะที่**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีข้อมูลค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ การรับชมสื่อไม่มีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 52.85 และสัดส่วนน้อยที่สุด คือ การรับชมสื่อมีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 47.15

เช่นเดียวกับ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีข้อมูลค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ การรับชมสื่อไม่มีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 51.05 และสัดส่วนน้อยที่สุด คือ การรับชมสื่อมีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 48.95 ในทางกลับกัน **กลุ่มผู้สูงอายุ** นั้น มีข้อมูลค่าใช้จ่ายในการรับชมสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ การรับชมสื่อมีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 56.00 และสัดส่วนน้อยที่สุด คือ การรับชมสื่อไม่มีค่าใช้จ่าย มีจำนวนร้อยละ 44.00

### 2.9 ข้อมูลด้านประเภทสื่อที่กลุ่มเป้าหมายยินดีเสียค่าใช้จ่าย




ภาพที่ 176 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประเภทสื่อที่กลุ่มเป้าหมายยินดีเสียค่าใช้จ่าย

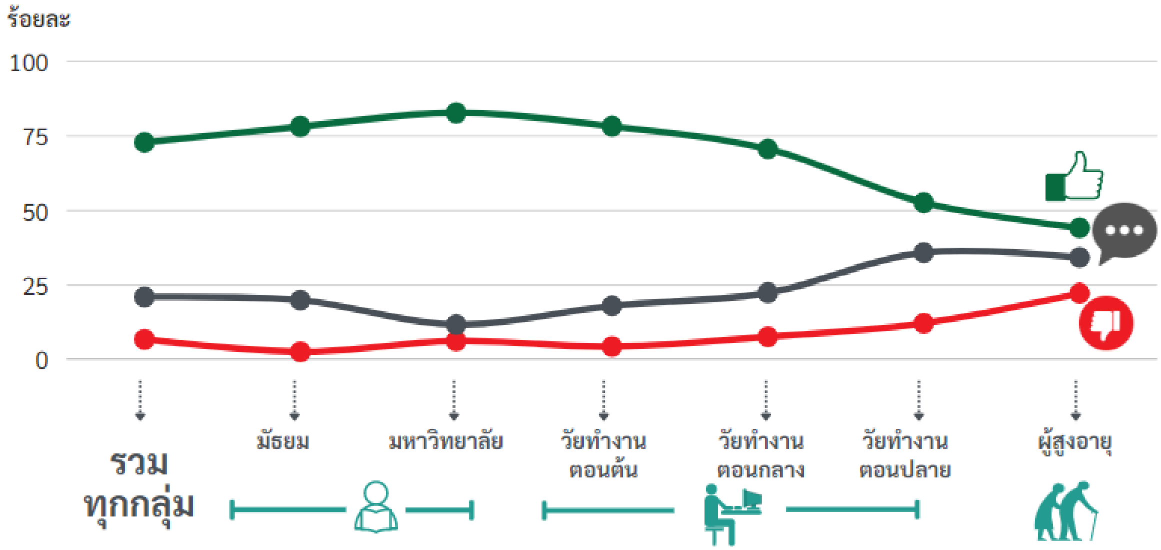
ตารางที่ 16 สัดส่วนด้านประเภทสื่อที่กลุ่มเป้าหมายยินดีเสียค่าใช้จ่าย (เลือกได้หลายคำตอบ)

| ประเภทสื่อที่ยินดีเสียค่าใช้จ่าย | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | |
|---|---|---|
| | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
| 1) ช่องรายการข่าวสารแบบพิเศษ | 221 | 11.05 |
| 2) ช่องรายการภาพยนตร์ | 1,150 | 57.5 |
| 3) ช่องรายการเพลง หรือ แอปพลิเคชันเพลง | 592 | 29.6 |
| 4) ช่องรายการสารคดี | 126 | 6.3 |
| 5) ช่องรายการเกมโชว์ | 91 | 4.55 |
| 6) ช่องรายการสารคดี | 99 | 4.95 |
| 7) ช่องรายการการ์ตูน | 191 | 9.55 |
| 8) ช่องรายการกีฬา | 225 | 11.25 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ข้อมูลด้านประเภทสื่อที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดยินดีเสียค่าใช้จ่ายนั้น มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ช่องรายการภาพยนตร์ มีจำนวนร้อยละ 57.50 ลำดับที่ 2 คือ ช่องรายการเพลง หรือแอปพลิเคชันเพลง มีจำนวนร้อยละ 29.60 ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ช่องรายการกีฬา และช่องรายการสารคดี มีจำนวนร้อยละ 11.25 ลำดับที่ 4 คือ ช่องรายการข่าวสารแบบพิเศษ มีจำนวนร้อยละ 11.05 ลำดับที่ 5 คือ ช่องรายการการ์ตูน มีจำนวนร้อยละ 9.55 และประเภทสื่อที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดยินดีเสียค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ ช่องรายการเกมโชว์ มีจำนวนร้อยละ 4.55

## 3. ทัศนคติต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

### 3.1 ความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 177 การเปรียบเทียบข้อมูลความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 17 สัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของกลุ่มเป้าหมาย

| ความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n=2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) เป็นสิ่งที่เหมาะสม | 1,455 | 72.75 | 78.03 | 82.59 | 78.13 | 70.50 | 52.45 | 44.00 |
| 2) เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม | 129 | 6.45 | 2.27 | 5.93 | 4.04 | 7.32 | 11.89 | 22.00 |
| 3) ไม่แสดงความคิดเห็น | 416 | 20.80 | 19.70 | 11.48 | 17.83 | 22.18 | 35.66 | 34.00 |
| รวม | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า สัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมนั้น มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 72.75 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 20.80 และ ความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 6.45

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา และ กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 78.03 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 19.70 และความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 2.27

สำหรับ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 82.59 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 11.48 และความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 5.93

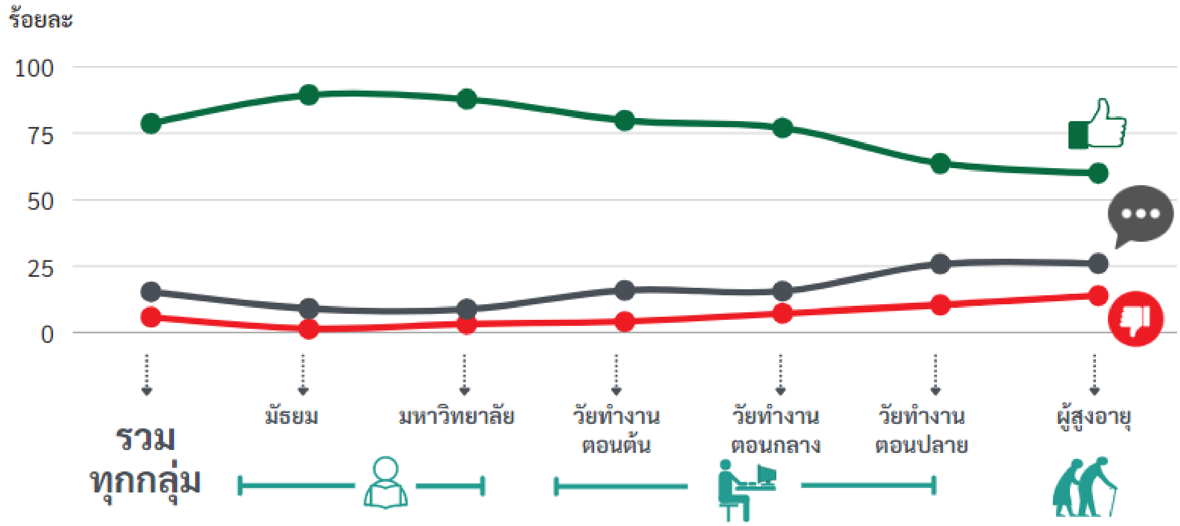
หากพิจารณาด้านมุมมองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และ กลุ่มวัยทำงานตอนปลายพบว่า มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มวัยทำงานตอนต้น**มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 78.13 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 17.83 และ ความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 4.04

ส่วน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง**มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 70.50 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 22.18 และ ความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 7.32

สำหรับ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย**มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 52.45 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 35.66 และ ความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 11.89

สำหรับ**กลุ่มผู้สูงอายุ**พบว่า มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 44.00 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 34.00 และ ความคิดเห็นต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม มีจำนวนร้อยละ 22.00

**3.2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมของกลุ่มเป้าหมาย**




ภาพที่ 178 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 18 สัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

| ความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้ | 1,573 | 78.65 | 89.39 | 87.78 | 79.78 | 77.00 | 63.64 | 60.00 |
| 2) เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ | 118 | 5.90 | 1.52 | 3.33 | 4.23 | 7.32 | 10.49 | 14.00 |
| 3) ไม่แสดงความคิดเห็น | 309 | 15.45 | 9.09 | 8.89 | 15.99 | 15.68 | 25.87 | 26.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า สัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมนั้น มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อ

ผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้ มีจำนวนร้อยละ 78.65 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 15.45 และความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ มีจำนวนร้อยละ 5.90

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา และ กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้องในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้ มีจำนวนร้อยละ 89.39 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 9.09 และความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้องในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ มีจำนวนร้อยละ 1.52

สำหรับใน**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้ มีจำนวนร้อยละ 87.78 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 8.89 และ ความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ มีจำนวนร้อยละ 3.33

หากพิจารณาด้านมุมมองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และกลุ่มวัยทำงานตอนปลายพบว่า มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้องในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้ มีจำนวนร้อยละ 79.78 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 15.99 และความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ มีจำนวนร้อยละ 4.23

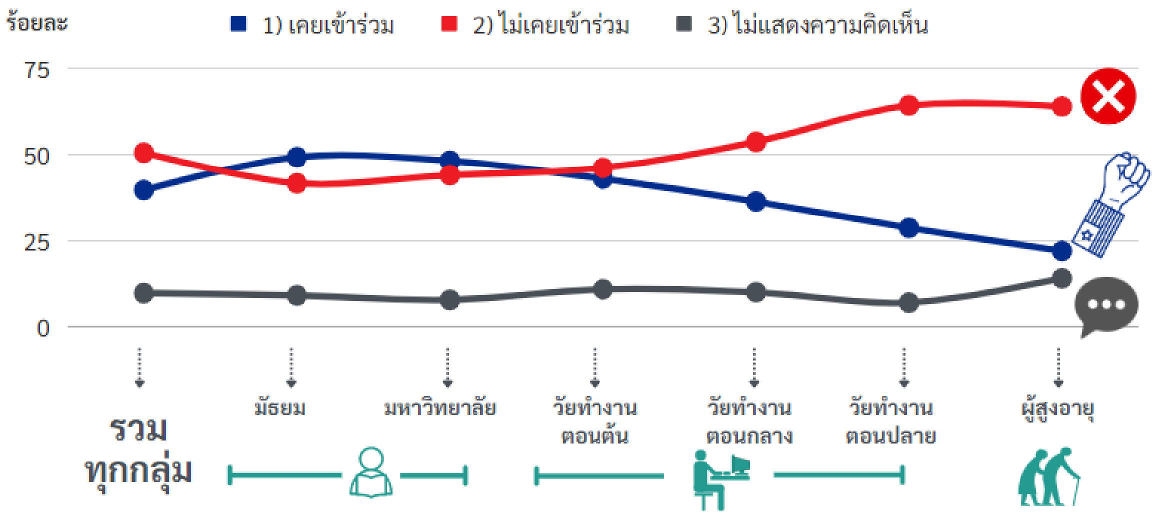
ส่วน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้ มีจำนวนร้อยละ 77.00 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 15.68 และความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ มีจำนวนร้อยละ 7.32

สำหรับ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้ มีจำนวนร้อยละ 63.64 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 25.87 และ ความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม

การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ มีจำนวนร้อยละ 10.49

สำหรับ**กลุ่มผู้สูงอายุ**พบว่า มีสัดส่วนความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้ มีจำนวนร้อยละ 60.00 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 26.00 และความคิดเห็นต่อผู้ที่เคลื่อนไหวทางสังคม การรวมกลุ่มชุมนุมเสนอข้อเรียกร้อง ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ มีจำนวนร้อยละ 14.00

### 3.3 ประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 179 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม

ตารางที่ 19 ประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

| ประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n=2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) เคยเข้าร่วม | 794 | 39.70 | 49.24 | 48.15 | 43.01 | 36.35 | 28.67 | 22.00 |
| 2) ไม่เคยเข้าร่วม | 1,011 | 50.55 | 41.67 | 44.07 | 46.14 | 53.66 | 64.34 | 64.00 |
| 3) ไม่แสดงความคิดเห็น | 195 | 9.75 | 9.09 | 7.78 | 10.85 | 9.99 | 6.99 | 14.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมนั้น มีสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 50.55 ลำดับที่ 2 คือ เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 39.70 และ

ประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 9.75

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา และ กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 49.24 ลำดับที่ 2 คือ ไม่เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 41.67 และสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 9.09

สำหรับ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** มีสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 48.15 ลำดับที่ 2 คือ ไม่เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 44.07 และสัดส่วนประสบการณ์ การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 7.78

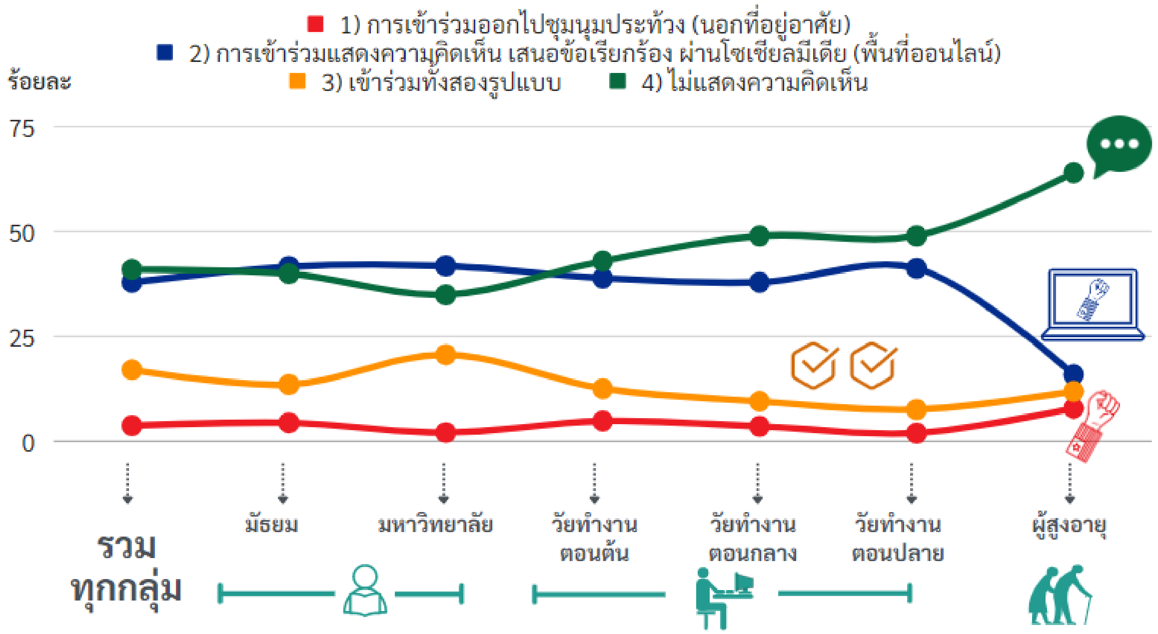
หากพิจารณาด้านมุมมองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย พบว่า มีสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** มีสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 46.14 ลำดับที่ 2 คือ เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 43.01 และสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 10.85

ส่วน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 53.66 ลำดับที่ 2 คือ เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 36.35 และสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 9.99

สำหรับ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 64.34 ลำดับที่ 2 คือ เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 28.67 และสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 6.99

สำหรับ**กลุ่มผู้สูงอายุ**พบว่า สัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 64.00 ลำดับที่ 2 คือ เคยเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 22.00 และสัดส่วนประสบการณ์การเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 14.00

### 3.4 รูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 180 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 20 รูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

| **รูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม** | **คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย** | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n=2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกที่อยู่อาศัย) | 78 | 3.90 | 4.55 | 2.22 | 4.96 | 3.72 | 2.10 | 8.00 |
| 2) การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) | 759 | 37.95 | 41.67 | 41.85 | 38.97 | 37.98 | 41.26 | 16.00 |
| 3) เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ | 343 | 17.15 | 13.64 | 20.74 | 12.68 | 9.64 | 7.69 | 12.00 |
| 4) ไม่แสดงความคิดเห็น | 820 | 41.00 | 40.00 | 35.00 | 43.00 | 49.00 | 49.00 | 64.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า รูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมนั้น มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 41.00 ลำดับที่ 2 คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 37.95 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ

17.15 และ สัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกที่อยู่อาศัย) มีจำนวนร้อยละ 3.90

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา และกลุ่มมหาวิทยาลัย หรือปริญญาตรี มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 ลำดับแรก ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 41.67 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 40 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 13.64 และ สัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกที่อยู่อาศัย) มีจำนวนร้อยละ 4.55

สำหรับ**กลุ่มมหาวิทยาลัย หรือปริญญาตรี** มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 41.85 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 35 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 20.74 และ สัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกที่อยู่อาศัย) มีจำนวนร้อยละ 2.22

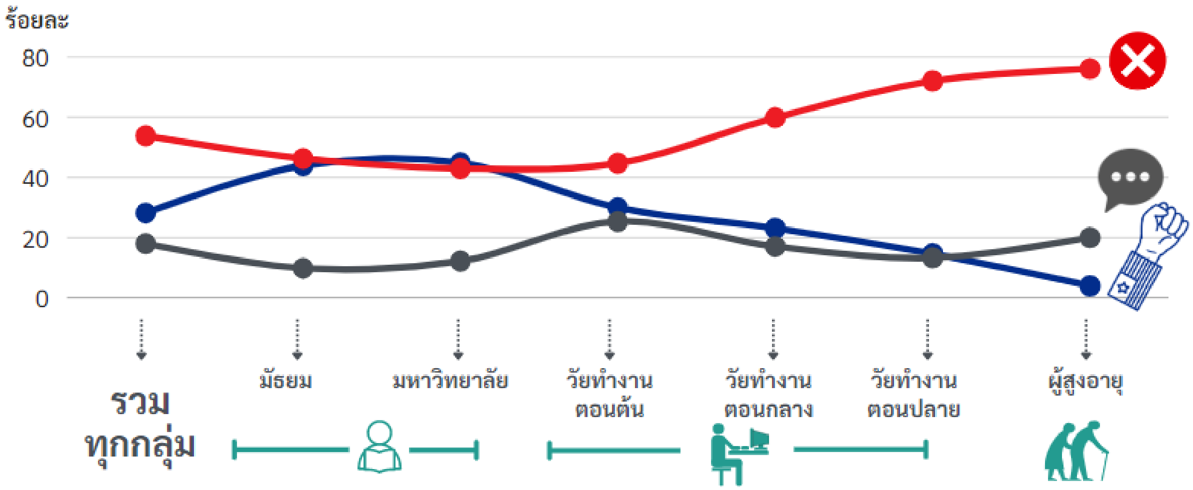
หากพิจารณาด้านมุมมองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย พบว่า มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 ลำดับแรก ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 43 ลำดับที่ 2 คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 38.97 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 12.68 และ สัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกที่อยู่อาศัย) มีจำนวนร้อยละ 4.96

ส่วน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 49.00 ลำดับที่ 2 คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 37.98 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 9.64 และสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกที่อยู่อาศัย) มีจำนวนร้อยละ 3.72

สำหรับ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 49.00 ลำดับที่ 2 คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 41.26 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 7.69 และ สัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกที่อยู่อาศัย) มีจำนวนร้อยละ 2.10

สำหรับ**กลุ่มผู้สูงอายุ**พบว่า มีสัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 ลำดับแรก กล่าวคือ สัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 64.00 ลำดับที่ 2 คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้องผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 16.00 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 12.00 และ สัดส่วนรูปแบบการเคยเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกที่อยู่อาศัย) มีจำนวนร้อยละ 8.00

**3.5 ข้อมูลด้านสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมาย**




ภาพที่ 181 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบัน

ตารางที่ 21 สถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมาย

| สถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบัน | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n=2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1 ) ยังเข้าร่วม | 564 | 28.20 | 43.94 | 44.81 | 29.96 | 23.11 | 14.69 | 4.00 |
| 2 ) ไม่ได้เข้าร่วม | 1,076 | 53.80 | 46.21 | 42.96 | 44.67 | 59.81 | 72.03 | 76.00 |
| 3 ) ไม่แสดงความคิดเห็น | 360 | 18.00 | 9.85 | 12.22 | 25.37 | 17.07 | 13.29 | 20.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า สัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมนั้น มีสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันมากที่สุด คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 53.80 ลำดับที่ 2 คือ ยังเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 28.20 และสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 18.00

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันมากที่สุด คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 46.21 ลำดับที่ 2 คือ ยังเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 43.94 และสัดส่วนสถานการณ์เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 9.85

ในส่วนของ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** พบว่า มีสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันมากที่สุด คือ ยังเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 44.81 ลำดับที่ 2 คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 42.96 และสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 12.22

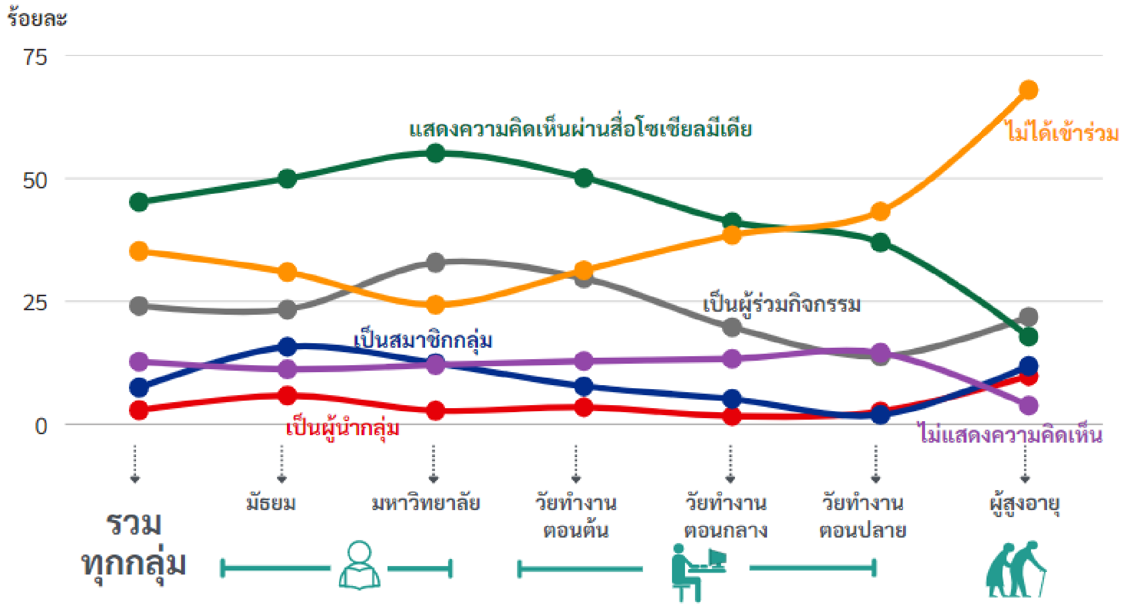
หากพิจารณาด้านมุมมองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย พบว่า มีสัดส่วนสถานการณ์เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** มีสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันมากที่สุด คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 44.67 ลำดับที่ 2 คือ ยังเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 29.96 และสัดส่วนสถานการณ์เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 25.37

ส่วน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันมากที่สุด คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 59.81 ลำดับที่ 2 คือ ยังเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 23.11 และ สัดส่วนสถานการณ์เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 17.07

สำหรับ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันมากที่สุด คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 72.03 ลำดับที่ 2 คือ ยังเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 14.69 และ สัดส่วนสถานการณ์เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 13.29

สำหรับ**กลุ่มผู้สูงอายุ** พบว่า มีสัดส่วนสถานะการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันมากที่สุด คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 76.00 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 20.00 และสัดส่วนสถานการณ์เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบันที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ยังเข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 4.00

### 3.6 ระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 182 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 22 ระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย (เลือกได้หลายคำตอบ)

| ระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) เป็นผู้นำกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม | 61 | 3.05 | 6.06 | 2.96 | 3.68 | 1.86 | 2.80 | 10.00 |
| 2) เป็นสมาชิกกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม | 153 | 7.65 | 15.91 | 12.59 | 7.90 | 5.34 | 2.10 | 12.00 |
| 3) เป็นผู้ร่วมกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคมภาคประชาชนทั่วไป | 484 | 24.20 | 23.48 | 32.96 | 29.78 | 19.86 | 13.99 | 22.00 |
| 4) แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การสร้างโพสต์ การคอมเมนต์ การแชร์โพสต์ การกดเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ | 905 | 45.25 | 50.00 | 55.19 | 50.18 | 41.23 | 37.06 | 18.00 |
| 5) ไม่ได้เข้าร่วม | 706 | 35.30 | 31.06 | 24.44 | 31.43 | 38.56 | 43.36 | 68.00 |
| 6) ไม่แสดงความคิดเห็น | 258 | 12.90 | 11.36 | 12.22 | 13.05 | 13.47 | 14.69 | 4.00 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมนั้น กลุ่มที่มีสัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ กลุ่มที่แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การสร้างโพสต์ การคอมเมนต์ การแชร์โพสต์ การกดเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ มีจำนวนร้อยละ 45.25 ลำดับที่ 2 คือ กลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 35.30 ลำดับที่ 3 คือ กลุ่มที่เป็นผู้ร่วมกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม ภาคประชาชนทั่วไป มีจำนวนร้อยละ 24.20 ลำดับที่ 4 คือ กลุ่มที่ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 12.90 ลำดับที่ 5 คือ กลุ่มที่เป็นสมาชิกกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนร้อยละ 7.65 และ กลุ่มที่มีสัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่เป็นผู้นำกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนร้อยละ 3.05

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีสัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 ลำดับแรก กล่าวคือ ระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การสร้างโพสต์ การคอมเมนต์ การแชร์โพสต์ การกดเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ มีจำนวนร้อยละ 50.00 ลำดับที่ 2 คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 31.06 ลำดับที่ 3 คือ เป็นผู้ร่วมกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม ภาคประชาชนทั่วไป มีจำนวนร้อยละ 23.48 และ สัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่น้อยที่สุด คือ เป็นผู้นำกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนร้อยละ 6.06

ส่วน**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** มีสัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 ลำดับแรก กล่าวคือ ระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การสร้างโพสต์ การคอมเมนต์ การแชร์โพสต์ การกดเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ มีจำนวนร้อยละ 55.19 ลำดับที่ 2 คือ เป็นผู้ร่วมกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม ภาคประชาชนทั่วไป มีจำนวนร้อยละ 32.96 ลำดับที่ 3 คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 24.44 และ สัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่น้อยที่สุด คือ เป็นผู้นำกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนร้อยละ 2.96

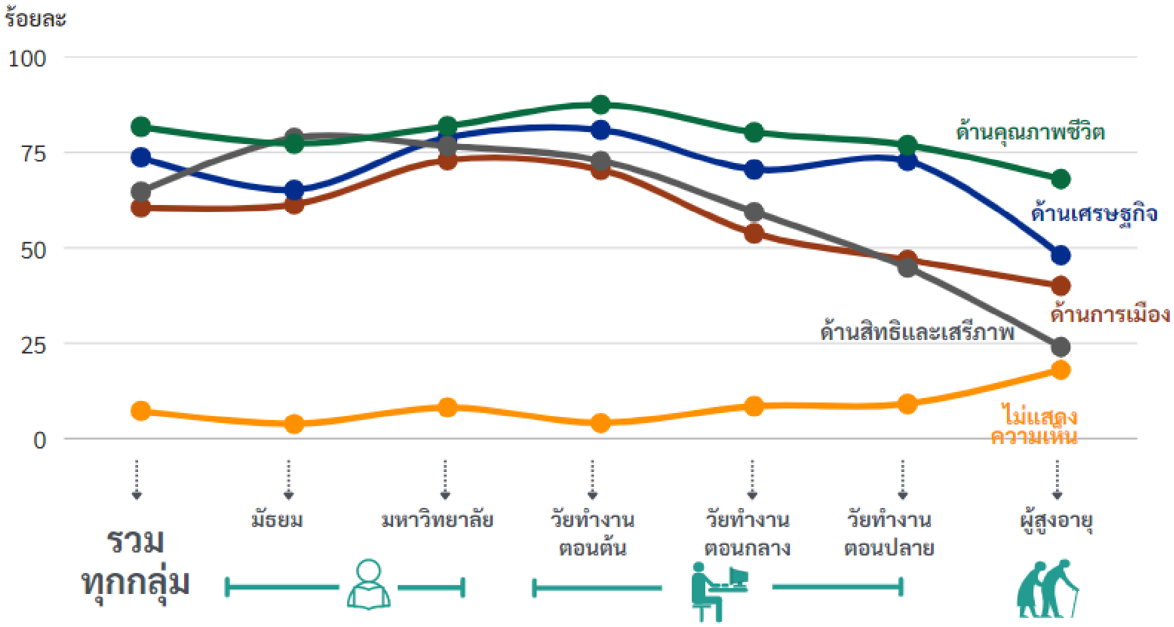
หากพิจารณาด้านมุมมองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง พบว่า มีสัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 ลำดับแรกในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** มีระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การสร้างโพสต์ การคอมเมนต์ การแชร์โพสต์ การกดเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ มีจำนวนร้อยละ 50.18 ลำดับที่ 2 คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 31.43 ลำดับที่ 3 คือ เป็นผู้ร่วมกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม ภาคประชาชนทั่วไป มีจำนวนร้อยละ 29.78 และ สัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่น้อยที่สุด คือ เป็นผู้นำกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนร้อยละ 3.68

ส่วน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การสร้างโพสต์ การคอมเมนต์ การแชร์โพสต์ การกดเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ มีจำนวนร้อยละ 41.23 ลำดับที่ 2 คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 38.56 ลำดับที่ 3 คือ เป็นผู้ร่วมกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม ภาคประชาชนทั่วไป มีจำนวนร้อยละ 19.86 และสัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่น้อยที่สุด คือ เป็นผู้นำกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนร้อยละ 1.86

ในทางกลับกันสำหรับ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 43.36 ลำดับที่ 2 คือ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การสร้างโพสต์ การคอมเมนต์ การแชร์โพสต์ การกดเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ มีจำนวนร้อยละ 37.06 ลำดับที่ 3 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 14.69 และ สัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่น้อยที่สุด คือ เป็นสมาชิกกลุ่มกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนร้อยละ 2.10

สำหรับ**กลุ่มผู้สูงอายุ** พบว่า มีสัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 ลำดับแรก กล่าวคือ มีระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด คือ ไม่ได้เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 68.00 ลำดับที่ 2 คือ เป็นผู้ร่วมกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม ภาคประชาชนทั่วไป มีจำนวนร้อยละ 22.00 ลำดับที่ 3 คือ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การสร้างโพสต์ การคอมเมนต์ การแชร์โพสต์ การกดเข้าร่วมกลุ่มออนไลน์ต่าง ๆ มีจำนวนร้อยละ 18.00 และ สัดส่วนระดับการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่น้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 4.00

### 3.7 ปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน




ภาพที่ 183 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ตารางที่ 23 ปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (เลือกได้หลายคำตอบ)

| ปัจจัยที่ส่งผลให้สนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n=2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) ด้านการเมือง | 1,211 | 60.55 | 61.36 | 72.96 | 70.40 | 53.77 | 46.85 | 40.00 |
| 2) ด้านเศรษฐกิจ | 1,474 | 73.70 | 65.15 | 78.89 | 80.88 | 70.50 | 72.73 | 48.00 |
| 3) ด้านสิทธิและเสรีภาพ | 1,294 | 64.70 | 78.79 | 76.67 | 72.79 | 59.35 | 44.76 | 24.00 |
| 4) ด้านคุณภาพชีวิต | 1,634 | 81.70 | 77.27 | 81.85 | 87.50 | 80.26 | 76.92 | 68.00 |
| 5) ไม่แสดงความคิดเห็น | 144 | 7.20 | 3.79 | 8.15 | 4.04 | 8.48 | 9.09 | 18.00 |

จากตารางข้างต้น พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต มีจำนวนร้อยละ 87.70 ลำดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนร้อยละ 73.70 ลำดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านสิทธิและเสรีภาพ มีจำนวนร้อยละ 64.70 ลำดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการเมือง มีจำนวนร้อยละ 60.55 และสัดส่วนปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 7.20

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้**กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา**สนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสิทธิและเสรีภาพ มีจำนวนร้อยละ 78.79 ลำดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต มีจำนวนร้อยละ 77.27 ลำดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนร้อยละ 65.15 และสัดส่วนปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 3.79

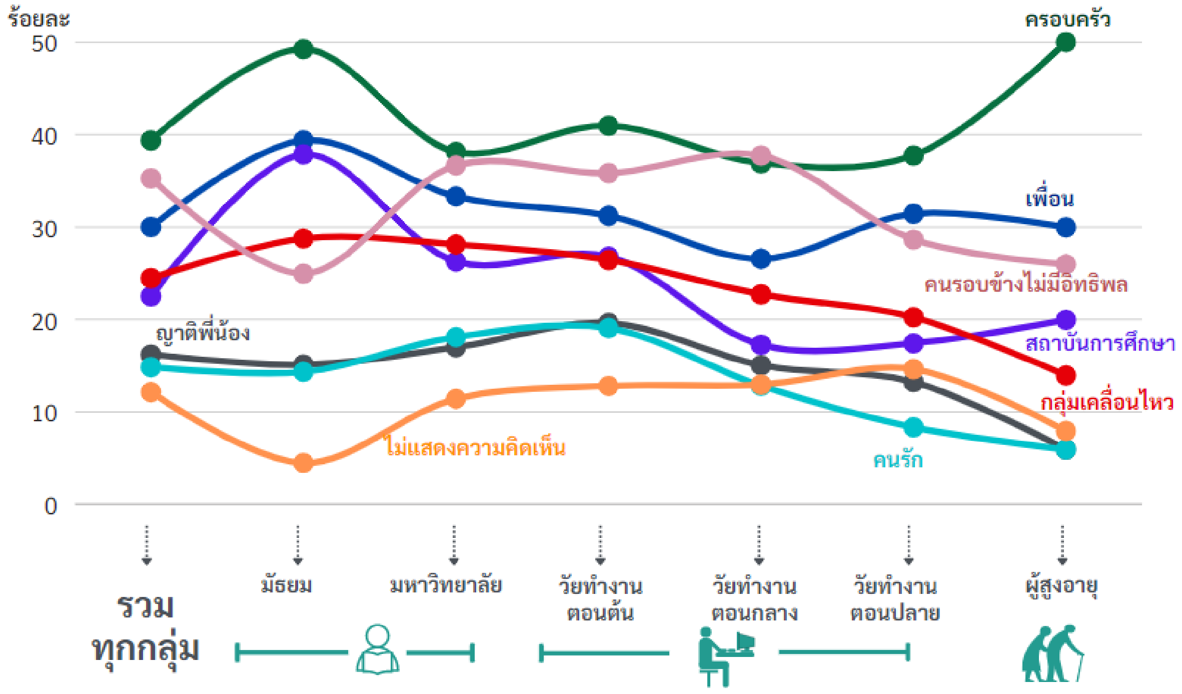
สำหรับปัจจัยที่ส่งผลให้**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี**สนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต มีจำนวนร้อยละ 81.85 ลำดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนร้อยละ 78.89 ลำดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านสิทธิและเสรีภาพ มีจำนวนร้อยละ 76.67 และสัดส่วนปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 8.15

หากพิจารณามุมมองต่อปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มช่วงวัยทำงานติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมนั้นจะพบว่าสัดส่วนปัจจัยที่ส่งผลไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น**สนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต มีจำนวนร้อยละ 87.50 ลำดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนร้อยละ 80.88 ลำดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านสิทธิและเสรีภาพ มีจำนวนร้อยละ 72.79 และสัดส่วนปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 4.04

ในทางเดียวกัน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนมากที่สุด 2 ลำดับแรกในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลจากมากที่สุดต่อความสนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมนั้น สัดส่วนที่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 80.26 กลุ่มวัยทำงานตอนปลายมีจำนวนร้อยละ 76.92 ลำดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 70.50 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 72.73 ส่วนลำดับที่ 3 แตกต่างกันเล็กน้อย โดยปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มวัยทำงานตอนกลางสนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม คือ ปัจจัยด้านสิทธิและเสรีภาพ มีจำนวนร้อยละ 59.35 ส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มวัยทำงานตอนปลายสนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม คือ ปัจจัยด้านการเมือง มีจำนวนร้อยละ 46.85 และสัดส่วนปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุดยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ไม่แสดงความคิดเห็น โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 8.48 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 9.09

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลให้**กลุ่มผู้สูงอายุ**สนใจติดตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต มีจำนวนร้อยละ 68.00 ลำดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนร้อยละ 48.00 ลำดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการเมือง มีจำนวนร้อยละ 40.00 และสัดส่วนปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 18.00

### 3.8 กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 184 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 24 กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย (เลือกได้หลายคำตอบ)

| กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n=2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) ครอบครัว | 788 | 39.40 | 49.24 | 38.15 | 40.99 | 36.93 | 37.76 | 50.00 |
| 2) ญาติพี่น้อง | 325 | 16.25 | 15.15 | 17.04 | 19.67 | 15.10 | 13.29 | 6.00 |
| 3) คนรัก | 298 | 14.90 | 14.39 | 18.15 | 19.12 | 12.89 | 8.39 | 6.00 |
| 4) เพื่อน | 601 | 30.05 | 39.39 | 33.33 | 31.25 | 26.60 | 31.47 | 30.00 |
| 5) สถาบันการศึกษา | 451 | 22.55 | 37.88 | 26.30 | 26.84 | 17.31 | 17.48 | 20.00 |
| 6) กลุ่มหรือนักกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม | 490 | 24.50 | 28.79 | 28.15 | 26.47 | 22.76 | 20.28 | 14.00 |
| 7) ไม่แสดงความคิดเห็น | 244 | 12.20 | 4.55 | 11.48 | 12.87 | 13.01 | 14.69 | 8.00 |
| 8) คนรอบข้างไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ | 706 | 35.30 | 25.00 | 36.67 | 35.85 | 37.75 | 28.67 | 26.00 |

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 39.40 ลำดับที่ 2 คือ คนรอบข้างไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีจำนวนร้อยละ 35.30 ลำดับที่ 3 คือ เพื่อน มีจำนวนร้อยละ 30.05 ลำดับที่ 4 คือ กลุ่มหรือนักกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนร้อยละ 24.50 ลำดับที่ 5 คือ สถาบันการศึกษา มีจำนวนร้อยละ 22.55 ลำดับที่ 6 คือ ญาติพี่น้อง มีจำนวนร้อยละ 16.25 ลำดับที่ 7 คือ คนรัก มีจำนวนร้อยละ 14.90 และสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 12.20

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของ**กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 49.24 ลำดับที่ 2 คือ เพื่อน มีจำนวนร้อยละ 39.39 ลำดับที่ 3 คือ สถาบันการศึกษา มีจำนวนร้อยละ 37.88 และสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 4.55

สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 38.15 ลำดับที่ 2 คือ คนรอบข้างไม่มีผลต่อการตัดสินใจ มีจำนวนร้อยละ 36.67

ลำดับที่ 3 คือ เพื่อน มีจำนวนร้อยละ 33.33 และสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 11.48

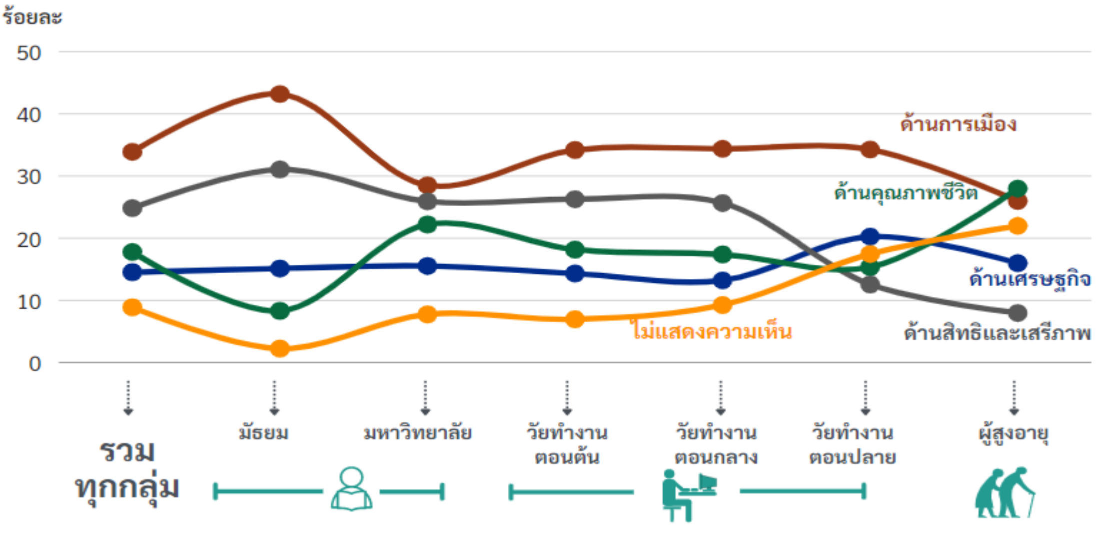
หากพิจารณามุมมองต่อกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มวัยทำงานนั้น จะพบว่า กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น**ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 40.99 ลำดับที่ 2 คือ คนรอบข้างไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีจำนวนร้อยละ 35.85 ลำดับที่ 3 คือ เพื่อน มีจำนวนร้อยละ 31.25 และสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 12.87

ในทางตรงข้ามกันกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของ**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ คนรอบข้างไม่มีอิทธิต่อการตัดสินใจ มีจำนวนร้อยละ 37.75 ลำดับที่ 2 คือ ครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 36.93 ลำดับที่ 3 คือ เพื่อน มีจำนวนร้อยละ 26.60 และสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ คนรัก มีจำนวนร้อยละ 12.89

ในส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 37.76 ลำดับที่ 2 คือ เพื่อน มีจำนวนร้อยละ 31.47 ลำดับที่ 3 คือ คนรอบข้างไม่มีอิทธิต่อการตัดสินใจ มีจำนวนร้อยละ 28.67 และสัดส่วนกลุ่มบุคคลมีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ คนรัก มีจำนวนร้อยละ 8.39

สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ**กลุ่มผู้สูงอายุ**ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 50.00 ลำดับที่ 2 คือ เพื่อน มีจำนวนร้อยละ 30.00 ลำดับที่ 3 คือ คนรอบข้างไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีจำนวนร้อยละ 26.00 และสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ญาติพี่น้อง และ คนรัก มีค่าเฉลี่ยส่งผลต่อการตัดสินใจเท่ากันจำนวนร้อยละ 6.00

### 3.9 มิติที่กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อ




ภาพที่ 185 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านมิติที่กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อ

ตารางที่ 25 มิติที่กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อ

| **มิติที่ได้รับข่าวสาร เรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม ผ่านช่องทางสื่อ** | **คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย** | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **รวมทุกกลุ่ม n = 2,000** | | **จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ)** | | | | | |
| | จำนวน | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) มิติด้านการเมือง | 678 | 33.90 | 43.18 | 28.52 | 34.19 | 34.38 | 34.27 | 26.00 |
| 2) มิติด้านเศรษฐกิจ | 291 | 14.55 | 15.15 | 15.56 | 14.34 | 13.24 | 20.28 | 16.00 |
| 3) มิติด้านสิทธิและเสรีภาพ | 497 | 24.85 | 31.06 | 25.93 | 26.29 | 25.67 | 12.59 | 8.00 |
| 4) มิติด้านคุณภาพชีวิต | 356 | 17.80 | 8.33 | 22.22 | 18.20 | 17.42 | 15.38 | 28.00 |
| 5) ไม่แสดงความคิดเห็น | 178 | 8.90 | 2.27 | 7.78 | 6.99 | 9.29 | 17.48 | 22.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า มิติที่กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ มิติด้านการเมือง มีจำนวนร้อยละ 33.90 ลำดับที่ 2 คือ มิติด้านสิทธิและเสรีภาพ มีจำนวนร้อยละ 24.85 ลำดับที่ 3 คือ มิติด้านคุณภาพชีวิต มีจำนวนร้อยละ 17.80 ลำดับที่ 4 คือ มิติด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนร้อยละ 14.55 และสัดส่วนมิติที่ส่งผลน้อยที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 8.90

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาและกลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** มีสัดส่วนมากที่สุด 2 ลำดับแรกในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับมิติที่ได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อนั้น สัดส่วนที่มากที่สุด คือ มิติด้านการเมือง โดยกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 43.18 กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 28.52 ลำดับที่ 2 คือ มิติด้านสิทธิและเสรีภาพ โดยกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 31.06 กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 25.93 ส่วนลำดับที่ 3 แตกต่างกันเล็กน้อย โดยมิติที่กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษาได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อ คือ มิติด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนร้อยละ 15.15 ส่วนมิติที่กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรีได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อ คือ มิติด้านคุณภาพชีวิต มีจำนวนร้อยละ 22.22 และสัดส่วนมิติที่ส่งผลน้อยที่สุดยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ไม่แสดงความคิดเห็น โดยกลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 2.27 กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 7.78

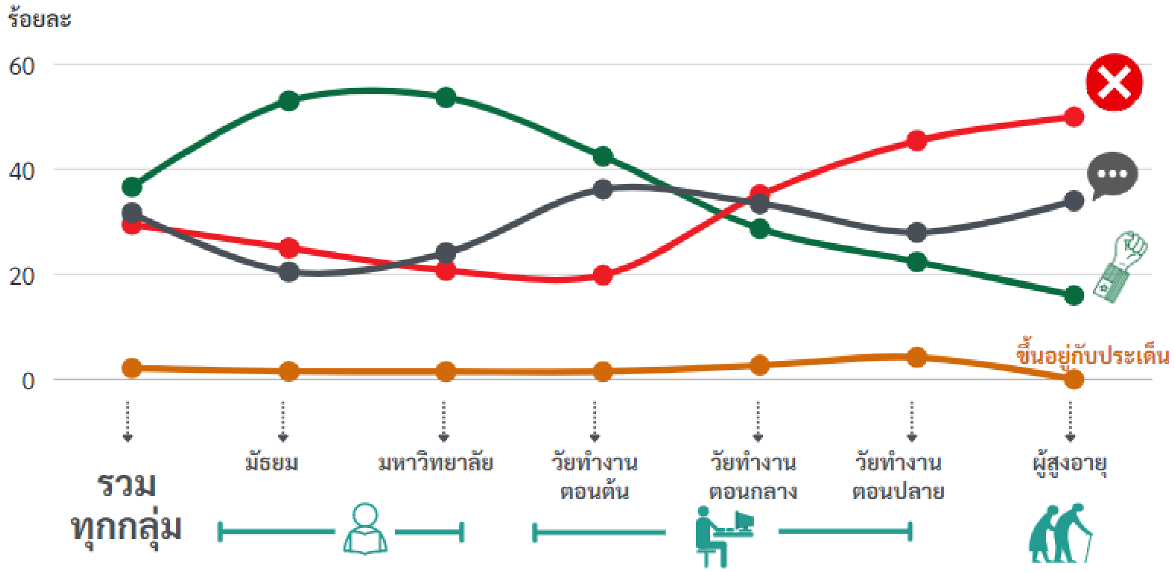
หากพิจารณามุมมองต่อมิติที่กลุ่มวัยทำงานได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อนั้นจะพบว่า **กลุ่มวัยทำงานตอนต้นและกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง** มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับมิติที่ได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อนั้น สัดส่วนที่มากที่สุด คือ มิติด้านการเมือง โดยกลุ่มวัยทำงานตอนต้น มีจำนวนร้อยละ 34.19 กลุ่มวัยทำงานตอนกลางมีจำนวนร้อยละ 34.38 ลำดับที่ 2 คือ มิติด้านสิทธิและเสรีภาพ โดยกลุ่มวัยทำงานตอนต้น มีจำนวนร้อยละ

26.29 กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 25.67 ลำดับที่ 3 คือ มิติด้านคุณภาพชีวิต โดยกลุ่มวัยทำงานตอนต้น มีจำนวนร้อยละ 18.20 กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 17.42 และสัดส่วนมิติที่ส่งผลน้อยที่สุดยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ไม่แสดงความคิดเห็น โดยกลุ่มวัยทำงานตอนต้น มีจำนวนร้อยละ 6.99 กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 9.29

ในส่วนมิติที่**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย**ได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ครอบครัว มีจำนวนร้อยละ 34.27 ลำดับที่ 2 คือ มิติด้านเศรษฐกิจ มีจำนวนร้อยละ 20.28 ลำดับที่ 3 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 17.48 และสัดส่วนมิติที่ส่งผลน้อยที่สุด คือ มิติด้านสิทธิและเสรีภาพ มีจำนวนร้อยละ 12.59

สำหรับมิติที่**กลุ่มผู้สูงอายุ**ได้รับข่าวสารเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านช่องทางสื่อ ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ มิติด้านคุณภาพชีวิต มีจำนวนร้อยละ 28.00 ลำดับที่ 2 คือ มิติด้านการเมือง มีจำนวนร้อยละ 26.00 ลำดับที่ 3 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 22.00 และสัดส่วนมิติที่ส่งผลน้อยที่สุด คือ มิติด้านสิทธิและเสรีภาพ มีจำนวนร้อยละ 8.00

### 3.10 แนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 186 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านแนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 26 แนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มเป้าหมาย

| **แนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคต** | **คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย** | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **รวมทุกกลุ่ม n=2,000** | | **จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ)** | | | | | |
| | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** | **มัธยม** | **ปริญญาตรี** | **ทำงานตอนต้น** | **ทำงานตอนกลาง** | **ทำงานตอนปลาย** | **ผู้สูงอายุ** |
| 1) ยังคงเข้าร่วมต่อไป | 733 | 36.65 | 53.03 | 53.70 | 42.46 | 28.69 | 22.38 | 16.00 |
| 2) ไม่เข้าร่วม | 590 | 29.50 | 25.00 | 20.74 | 19.85 | 35.19 | 45.45 | 50.00 |
| 3) ไม่แสดงความคิดเห็น | 634 | 31.70 | 20.45 | 24.07 | 36.21 | 33.45 | 27.97 | 34.00 |
| 4) ขึ้นอยู่กับประเด็นและทิศทาง | 43 | 2.15 | 1.52 | 1.48 | 1.47 | 2.67 | 4.20 | 0.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า แนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ยังคงเข้าร่วมต่อไป มีจำนวนร้อยละ 36.65 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 31.70 ลำดับที่ 3 คือ ไม่เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 29.50 และสัดส่วนแนวโน้มในการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ ขึ้นอยู่กับประเด็นและทิศทาง มีจำนวนร้อยละ 2.15

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า แนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของ**กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ยังคงเข้าร่วมต่อไป มีจำนวนร้อยละ 53.03 ลำดับที่ 2 คือ ไม่เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 29.50 ลำดับที่ 3 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 20.45 และสัดส่วนแนวโน้มในการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ ขึ้นอยู่กับประเด็นและทิศทาง มีจำนวนร้อยละ 1.52

สำหรับแนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ยังคงเข้าร่วมต่อไป มีจำนวนร้อยละ 53.70 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 24.07 ลำดับที่ 3 คือ ไม่เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 20.74 และสัดส่วนแนวโน้มในการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ ขึ้นอยู่กับประเด็นและทิศทาง มีจำนวนร้อยละ 1.48

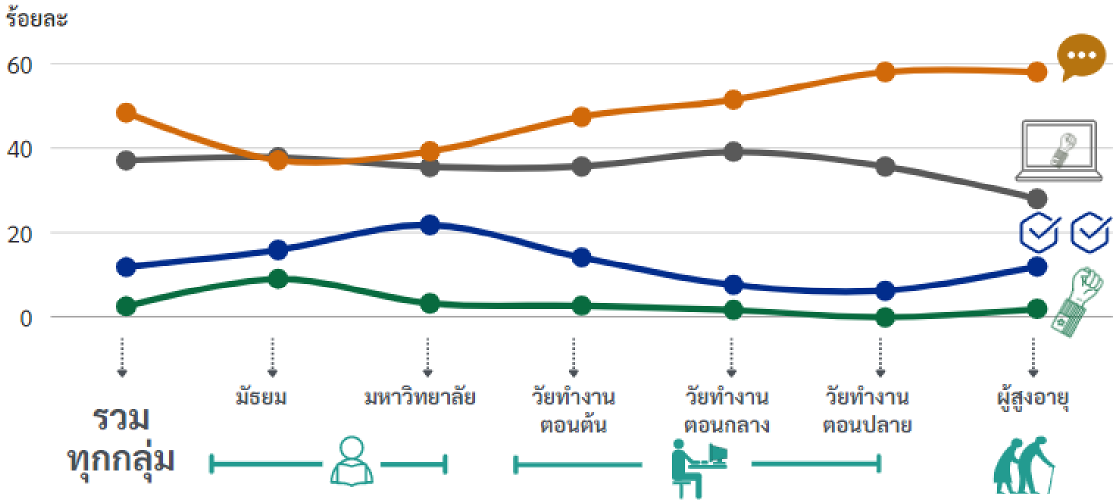
หากพิจารณามุมมองต่อแนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มวัยทำงานนั้น จะพบว่า แนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของ**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ยังคงเข้าร่วมต่อไป มีจำนวนร้อยละ 42.46 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 36.21 ลำดับที่ 3 คือ ไม่เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 19.85 และสัดส่วนแนวโน้มในการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ ขึ้นอยู่กับประเด็นและทิศทาง มีจำนวนร้อยละ 1.47

ในทางเดียวกัน**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับแนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตนั้น สัดส่วนที่มากที่สุด คือ ไม่เข้าร่วม โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 35.19 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย

มีจำนวนร้อยละ 45.45 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 33.45 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 27.97 ลำดับที่ 3 คือ ยังคงเข้าร่วมต่อไป โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 28.69 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 22.38 และแนวโน้มในการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ ขึ้นอยู่กับประเด็นและทิศทาง โดยกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 2.67 กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 4.20

สำหรับแนวโน้มในการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของ**กลุ่มผู้สูงอายุ** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ไม่เข้าร่วม มีจำนวนร้อยละ 50.00 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 34.00 ลำดับที่ 3 คือ ยังคงเข้าร่วมต่อไป มีจำนวนร้อยละ 16.00 และสัดส่วนแนวโน้มในการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ ขึ้นอยู่กับประเด็น ไม่มีจำนวน

### 3.11 รูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 187 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านรูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคต

ตารางที่ 27 รูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มเป้าหมาย

| รูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคต | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ร้อยละ) | | | | | |
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | มัธยม | ปริญญาตรี | ทำงานตอนต้น | ทำงานตอนกลาง | ทำงานตอนปลาย | ผู้สูงอายุ |
| 1) การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกพื้นที่) | 52 | 2.60 | 9.09 | 3.33 | 2.76 | 1.74 | 0.00 | 2.00 |
| 2) การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) | 742 | 37.10 | 37.88 | 35.56 | 35.66 | 39.14 | 35.66 | 28.00 |
| 3) เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ | 238 | 11.90 | 15.91 | 21.85 | 14.15 | 7.67 | 6.29 | 12.00 |
| 4) ไม่แสดงความคิดเห็น | 968 | 48.40 | 37.12 | 39.26 | 47.43 | 51.45 | 58.04 | 58.00 |
| **รวม** | 2,000 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

จากตารางข้างต้น พบว่า รูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 48.40 ลำดับที่ 2 คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 37.10 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 11.90 และสัดส่วนรูปแบบการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกพื้นที่) มีจำนวนร้อยละ 2.60

หากพิจารณาจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า รูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของ**กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) มีจำนวนร้อยละ 37.88 ลำดับที่ 2 คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 37.12 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 15.91 และรูปแบบการเข้าร่วมที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกพื้นที่) มีจำนวนร้อยละ 9.09

สำหรับรูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือปริญญาตรี** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 39.26 ลำดับที่ 2 คือ  มีจำนวนร้อยละ 35.56 การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 21.85 และสัดส่วนรูปแบบการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกพื้นที่) มีจำนวนร้อยละ 3.33

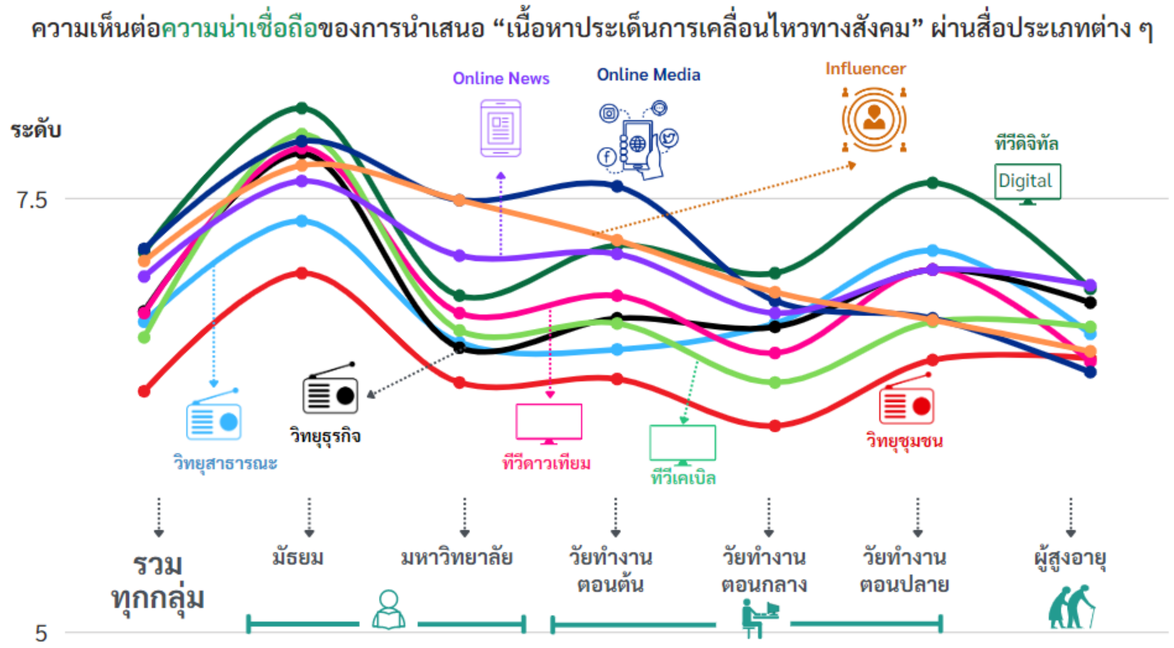
หากพิจารณาของรูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของกลุ่มวัยทำงานนั้น จะพบว่า รูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของ**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรกในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับรูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตนั้นสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น โดยกลุ่มวัยทำงานตอนต้น มีจำนวนร้อยละ 47.43 กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 51.45 และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 58.04 ลำดับที่ 2 คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์) โดยกลุ่มวัยทำงานตอนต้น มีจำนวนร้อยละ 35.66 กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 39.14 และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 35.66 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ โดยกลุ่มวัยทำงานตอนต้น มีจำนวนร้อยละ 14.15 กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 7.67 และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย มีจำนวนร้อยละ 6.29 และสัดส่วนรูปแบบการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกพื้นที่) โดยกลุ่มวัยทำงานตอนต้น มีจำนวนร้อยละ 2.76 กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง มีจำนวนร้อยละ 1.74 และกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย ไม่มีจำนวน

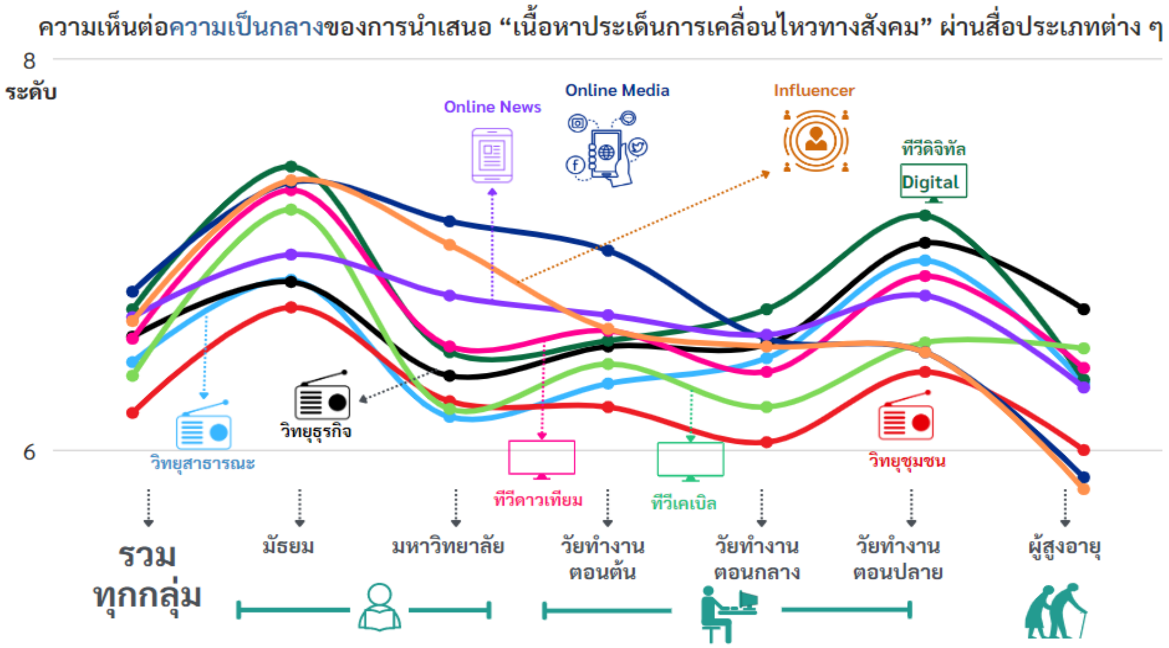
สำหรับรูปแบบการเข้าร่วมแสดงออกต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมในอนาคตของ**กลุ่มผู้สูงอายุ** ที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวนร้อยละ 58.00 ลำดับที่ 2 คือ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอข้อเรียกร้อง ผ่านโซเชียลมีเดีย (พื้นที่ออนไลน์)

มีจำนวนร้อยละ 28.00 ลำดับที่ 3 คือ เข้าร่วมทั้งสองรูปแบบ มีจำนวนร้อยละ 12.00 และสัดส่วนรูปแบบการเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมออกไปชุมนุมประท้วง (นอกพื้นที่) มีจำนวนร้อยละ 2.00

## 4. ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

### 4.1 ความเห็นต่อความน่าเชื่อถือและความเป็นกลางของการนำเสนอ “เนื้อหาประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม” ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 188 ความเห็นต่อความน่าเชื่อถือและความเป็นกลางของการนำเสนอ “เนื้อหาประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม” ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ตารางที่ 28 ความเห็นต่อความน่าเชื่อถือและความเป็นกลางของการนำเสนอ “เนื้อหาประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม” ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย

| ความเห็นต่อความน่าเชื่อถือและความเป็นกลางของการนำเสนอ “เนื้อหาประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ” | คำตอบจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ยระดับความเห็น) | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | รวมทุกกลุ่ม n = 2,000 | | จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย | | | | | | | | | | | |
| | | | มัธยม | | ปริญญาตรี | | ทำงานตอนต้น | | ทำงานตอนกลาง | | ทำงานตอนปลาย | | ผู้สูงอายุ | |
| | น่าเชื่อถือ | เป็นกลาง | น่าเชื่อถือ | เป็นกลาง | น่าเชื่อถือ | เป็นกลาง | น่าเชื่อถือ | เป็นกลาง | น่าเชื่อถือ | เป็นกลาง | น่าเชื่อถือ | เป็นกลาง | น่าเชื่อถือ | เป็นกลาง |
| 1) วิทยุสาธารณะ | 6.79 | 6.45 | 7.37 | 6.87 | 6.67 | 6.17 | 6.63 | 6.34 | 6.78 | 6.47 | 7.20 | 6.97 | 6.72 | 6.34 |
| 2) วิทยุธุรกิจ | 6.85 | 6.58 | 7.76 | 6.86 | 6.64 | 6.38 | 6.81 | 6.53 | 6.76 | 6.54 | 7.09 | 7.06 | 6.90 | 6.72 |
| 3) วิทยุชุมชน | 6.39 | 6.19 | 7.07 | 6.73 | 6.44 | 6.25 | 6.46 | 6.22 | 6.19 | 6.04 | 6.57 | 6.40 | 6.58 | 6.00 |
| 4) โทรทัศน์ดิจิทัล | 7.19 | 6.72 | 8.02 | 7.45 | 6.94 | 6.50 | 7.23 | 6.56 | 7.07 | 6.72 | 7.59 | 7.20 | 6.98 | 6.36 |
| 5) โทรทัศน์ดาวเทียม | 6.84 | 6.57 | 7.79 | 7.33 | 6.84 | 6.53 | 6.94 | 6.61 | 6.61 | 6.40 | 7.09 | 6.89 | 6.56 | 6.42 |
| 6) โทรทัศน์เคเบิล | 6.70 | 6.38 | 7.87 | 7.23 | 6.74 | 6.21 | 6.78 | 6.44 | 6.44 | 6.22 | 6.79 | 6.55 | 6.76 | 6.52 |
| 7) Online Media | 7.21 | 6.81 | 7.83 | 7.37 | 7.49 | 7.17 | 7.57 | 7.02 | 6.91 | 6.57 | 6.81 | 6.50 | 6.50 | 5.86 |
| 8) Online News | 7.05 | 6.68 | 7.60 | 7.00 | 7.17 | 6.79 | 7.18 | 6.69 | 6.84 | 6.59 | 7.09 | 6.79 | 7.00 | 6.32 |
| 9) Influencer | 7.14 | 6.66 | 7.69 | 7.38 | 7.49 | 7.05 | 7.26 | 6.62 | 6.96 | 6.53 | 6.80 | 6.50 | 6.62 | 5.80 |

จากตารางข้างต้น พบว่าโดยรวมสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือมากที่สุด คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 7.21 ลำดับที่ 2 คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 7.19 ลำดับที่ 3 คือ Influencer มีจำนวนร้อยละ 7.14 ลำดับที่ 4 คือ Online News มีจำนวนร้อยละ 7.05 ลำดับที่ 5 คือ วิทยุธุรกิจ มีจำนวนร้อยละ 6.85 ลำดับที่ 6 คือ โทรทัศน์ดาวเทียม มีจำนวนร้อยละ 6.84 ลำดับที่ 7 คือ วิทยุสาธารณะ มีจำนวนร้อยละ 6.79 ลำดับที่ 8 คือ โทรทัศน์เคเบิล มีจำนวนร้อยละ 6.70 และสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือจำนวนน้อยที่สุดคือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.39

เมื่อพิจารณาสื่อประเภทที่ได้รับความเห็นว่ามีความเป็นกลางมากที่สุด คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 6.81 ลำดับที่ 2 คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 6.72 ลำดับที่ 3 คือ Online News มีจำนวนร้อยละ 6.68 ลำดับที่ 4 คือ Influencer มีจำนวนร้อยละ 6.66 ลำดับที่ 5 คือ วิทยุธุรกิจ มีจำนวนร้อยละ 6.58 ลำดับที่ 6 คือ โทรทัศน์ดาวเทียม มีจำนวนร้อยละ 6.57 ลำดับที่ 7 คือ วิทยุสาธารณะ มีจำนวนร้อยละ 6.45 ลำดับที่ 8 คือ โทรทัศน์เคเบิล มีจำนวนร้อยละ 6.38 และสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางจำนวนน้อยที่สุดคือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.19

หากจำแนกตามประเภทกลุ่มเป้าหมายจะพบว่า **กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา**มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 8.02 ลำดับที่ 2 คือ โทรทัศน์เคเบิล มีจำนวนร้อยละ 7.87 ลำดับที่ 3 คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 7.83 และสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือจำนวนน้อยที่สุดคือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 7.07 รวมถึง**กลุ่มเยาวชนระดับมัธยมศึกษา** มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 7.45 ลำดับที่ 2 คือ Influencer มีจำนวนร้อยละ 7.38 ลำดับที่ 3 คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 7.37 และสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางจำนวนน้อยที่สุดคือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.73

สำหรับ**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือกลุ่มปริญญาตรี**มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ Online Media และ Influencer มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันจำนวนร้อยละ 7.49 ลำดับที่ 2 คือ Online News มีจำนวนร้อยละ 7.17 ลำดับที่ 3 คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 6.94 และสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือจำนวนน้อยที่สุดคือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.44 รวมถึง**กลุ่มมหาวิทยาลัยหรือกลุ่มปริญญาตรี**มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 7.17 ลำดับที่ 2 คือ Influencer มีจำนวนร้อยละ 7.05 ลำดับที่ 3 คือ Online News มีจำนวนร้อยละ 6.79 และสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางจำนวนน้อยที่สุด คือ วิทยุสาธารณะ มีจำนวนร้อยละ 6.17

หากพิจารณามุมมองของ**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น**มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 7.57 ลำดับที่ 2 คือ Influencer มีจำนวนร้อยละ 7.26 ลำดับที่ 3 คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 7.23 และสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือจำนวนน้อยที่สุดคือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.46 รวมถึง**กลุ่มวัยทำงานตอนต้น**

มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 7.02 ลำดับที่ 2 คือ Online News มีจำนวนร้อยละ 6.69 ลำดับที่ 3 คือ Influencer มีจำนวนร้อยละ 6.62 และสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางจำนวนน้อยที่สุด คือ วิทยุสาธารณะ มีจำนวนร้อยละ 6.22

สำหรับ**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง**มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 7.07 ลำดับที่ 2 คือ Influencer มีจำนวนร้อยละ 6.96 ลำดับที่ 3 คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 6.91 และสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือจำนวนน้อยที่สุดคือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.19

รวมถึง**กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง**มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 6.72 ลำดับที่ 2 คือ Online News มีจำนวนร้อยละ 6.59 ลำดับที่ 3 คือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 6.57 และสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางจำนวนน้อยที่สุด คือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.04 ถัดมาในส่วนของ**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 7.59 ลำดับที่ 2 คือ วิทยุสาธารณะ มีจำนวนร้อยละ 7.20 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุธุรกิจ โทรทัศน์ดิจิทัล และ Online News มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันจำนวนร้อยละ 7.09 และสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือจำนวนน้อยที่สุดคือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.40 รวมถึง**กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย** มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 7.20 ลำดับที่ 2 คือ วิทยุธุรกิจ มีจำนวนร้อยละ 7.06 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุสาธารณะ มีจำนวนร้อยละ 6.97 และสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางจำนวนน้อยที่สุด คือ วิทยุชุมชน มีจำนวนร้อยละ 6.40

สำหรับมุมมองของ**กลุ่มผู้สูงอายุ**มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือที่มีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ Online News มีจำนวนร้อยละ 7.00 ลำดับที่ 2 คือ โทรทัศน์ดิจิทัล มีจำนวนร้อยละ 6.98 ลำดับที่ 3 คือ วิทยุธุรกิจ มีจำนวนร้อยละ 6.90 และสื่อประเภทที่ได้รับความน่าเชื่อถือจำนวนน้อยที่สุดคือ Online Media มีจำนวนร้อยละ 6.50 รวมถึง**กลุ่มผู้สูงอายุ**มีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางมีสัดส่วนมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด คือ วิทยุธุรกิจ มีจำนวนร้อยละ 6.72 ลำดับที่ 2 คือ โทรทัศน์เคเบิล มีจำนวนร้อยละ 6.52 ลำดับที่ 3 คือ โทรทัศน์ดาวเทียม มีจำนวนร้อยละ 6.42 และสื่อประเภทที่มีความเป็นกลางจำนวนน้อยที่สุด คือ Influencer มีจำนวนร้อยละ 5.80

# บทที่ 5 รายงานการพัฒนาหลักสูตรด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสื่อใหม่

## 1. การออกแบบและจัดทำ (ร่าง) เนื้อหาด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" ที่มีความเหมาะสม สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่

ในการออกแบบและจัดทำเนื้อหาด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" ที่มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่นั้น ประกอบด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากรายงานการศึกษาเบื้องต้นที่ประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" อาทิ แนวคิดด้านสื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Media and Social Movement) ผลกระทบของสื่อ (Media Impact) ผลกระทบของสื่อใหม่ (New Media Impact) และ ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อกับการรวมกลุ่มเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคม กฎหมาย ประกาศ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม เอกสารที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณของสื่อ ผลการศึกษาและรายงานรูปแบบ ลักษณะ และสื่อกลางของเครือข่ายทางสังคมที่มีการเคลื่อนไหวในสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย และรายงานการออกแบบวิเคราะห์แนวโน้มการใช้คำสำหรับสื่อเพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอ เนื้อหา ซึ่งนำมาสู่การแบ่งเนื้อหาออกเป็นสี่หมวดคือ

เนื้อหาส่วนที่ 1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

เนื้อหาส่วนที่ 2 กฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม

เนื้อหาส่วนที่ 3 ผลการสำรวจความเห็นด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

เนื้อหาส่วนที่ 4 การจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชน

### 1.1 เนื้อหาส่วนที่ 1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

การจัดทำเนื้อหาด้านแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมประกอบด้วยประเด็นสื่อสาร จำนวน 7 ประเด็น คือ

1.1.1 เครือข่ายและสื่อสังคม: Social Network

1.1.2 การเคลื่อนไหวทางสังคมและสื่อสารมวลชน

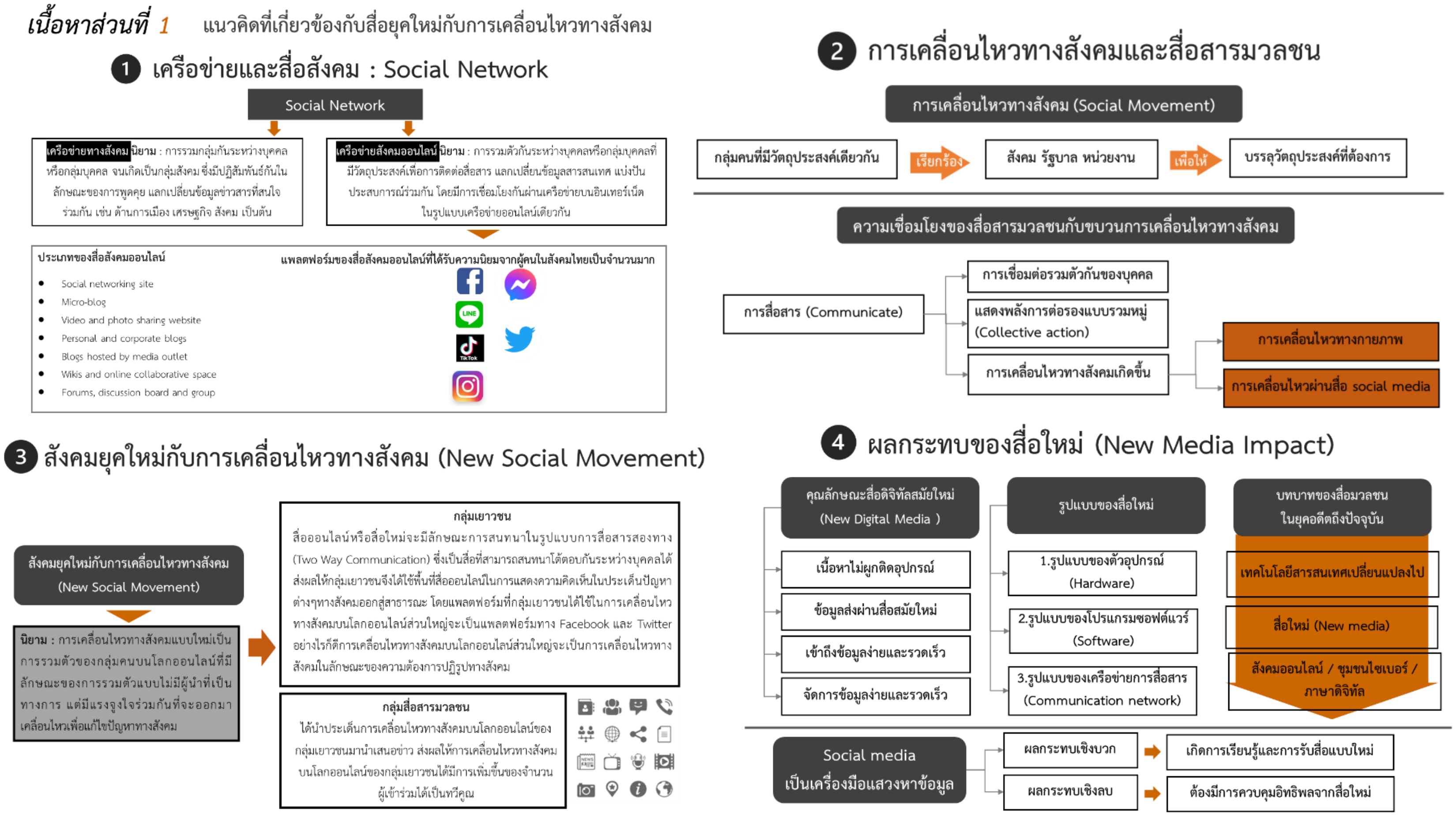
1.1.3 สังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม (New Social Movement)

1.1.4 ผลกระทบของสื่อใหม่ (New Media Impact)

1.1.5 รูปแบบและลักษณะของการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement)

1.1.6 ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป

1.1.7 การเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย




ภาพที่ 189 กรอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม หัวข้อย่อยที่ 1-4

ภาพที่ 190 กรอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม หัวข้อย่อยที่ 6-7

## 1.2 เนื้อหาส่วนที่ 2 กฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม

การจัดทำเนื้อหาด้านกฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคมประกอบด้วยประเด็นสื่อสารจำนวน 6 ประเด็น คือ

1.2.1 พระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายอาญา

1.2.2 ประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการหมิ่นประมาท

1.2.3 การกระทำที่แม้จะเป็นการแสดงออกทางความคิดเห็นบางประการ แต่อาจไม่เข้าข่ายความผิดฐานหมิ่นประมาททางอาญา

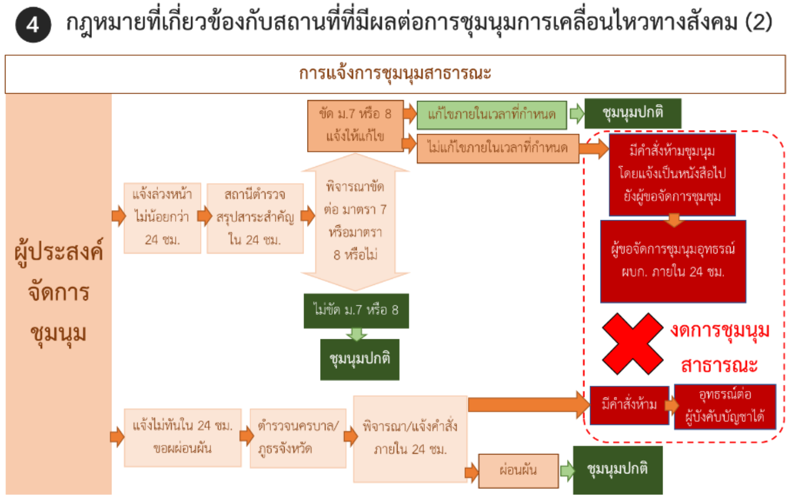
1.2.4 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่มีผลต่อการชุมนุมการเคลื่อนไหวทางสังคม

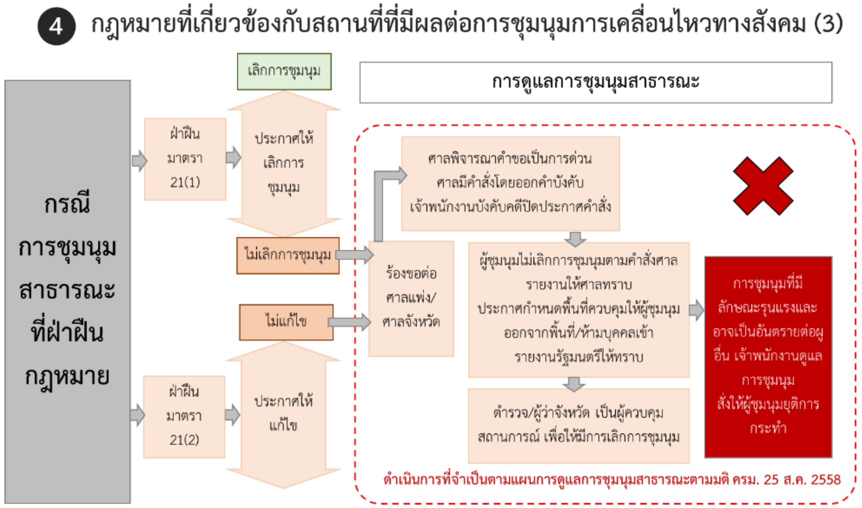
1.2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

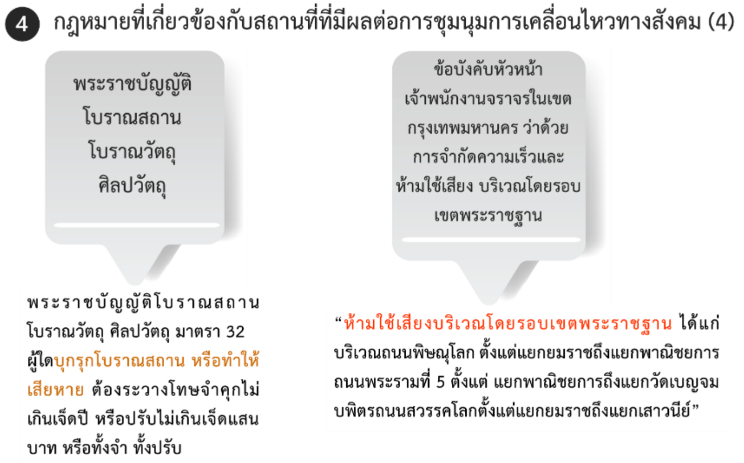
1.2.6 จรรยาบรรณในการนำเสนอเนื้อหาที่ประกาศจากองค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน

ภาพที่ 191 กรอบเนื้อหากฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม หัวข้อย่อยที่ 1

ภาพที่ 192 กรอบเนื้อหากฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม หัวข้อย่อยที่ 2-4



ภาพที่ 193 กรอบเนื้อหากฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม หัวข้อย่อยที่ 4

## 5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

**พระราชบัญญัติกฎอัยการศึก พ.ศ. 2457**

กฎหมายใช้บังคับเมื่อมีเหตุจำเป็นจากภัยอันร้ายแรงเกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศ เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง และประชาชน เจ้าหน้าที่ทหารมีอำนาจเหนือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพลเรือน ในการควบคุมสถานการณ์

**พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558**

กฎหมายใช้บังคับต่อสภาวการณ์ที่เกิดโรคติดต่อแพร่ระบาดระดับรุนแรง ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน เกิดมาตรการทางสาธารณสุขเพื่อควบคุม ป้องกัน รักษาผู้ป่วยจากการติดเชื้อโรคระบาด ประชาชนต้องปฏิบัติตามมาตรการที่กฎหมายให้อำนาจต่อหน่วยงานที่กำหนดขึ้น

**พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548**

กฎหมายใช้บังคับเพื่อแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินให้ยุติได้โดยเร็ว หรือป้องกันไม่ให้เกิดเหตุร้ายแรงมากขึ้น มีมาตรการควบคุมการกระทำใดที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน รวมถึงกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ

**คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 13/2559**

เรื่อง การป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดบางประการที่เป็นภยันตรายต่อความสงบเรียบร้อยหรือบ่อนทำลายระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

## 5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

**พ.ร.บ.กฎอัยการศึก พ.ศ.2457**
ม.2เมื่อเกิดเหตุอันจำเป็นเพื่อรักษาความเรียบร้อย ปราศจากภัย ซึ่งจะมีมาจากภายนอกหรือภายในราชอาณาจักร กฎอัยการศึกจะประกาศใช้ได้ก็ต่อเมื่อ สถานการณ์พัฒนาไปสู่จลาจล

**พ.ร.บ.โรคติดต่อ พ.ศ.2558**
ม.34 (6) ห้ามผู้ใดกระทำการหรือดำเนินการใด ๆ ที่ไม่ถูกสุขลักษณะเป็นเหตุให้โรคระบาดแพร่ออกไป

**พ.ร.ก.ฉุกเฉิน พ.ศ.2548**
ม.9 (2) ห้ามมิให้มีชุมนุมหรือมั่วสุมกัน ณ ที่ใด ๆ หรือกระทำการใดอันเป็นการยุยงให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อย

**คำสั่งหัวหน้า คสช. ที่ 13/2559**
พฤติการณ์กระทำความผิดอาญาบางประการที่เป็นภยันตราย ต่อความสงบเรียบร้อยหรือบ่อนทำลายระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

19 ก.ย. 2549 พล.อ.สนธิ บุญยรัตกลิน ประกาศใช้กฎอัยการศึก เพื่อรัฐประหารรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร คณะผู้ก่อการใช้สัญลักษณ์ริบบิ้นสีเหลืองติดปลายปืนรถถัง เรียกชื่อว่า คปค.

20 พ.ค. 2557 พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ประกาศใช้กฎอัยการศึกทั่วราชอาณาจักร ยกเลิก ศอ.รส. ควบคุมสื่อ ตรวจเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต จัดประชุมเพื่อหาทางออกวิกฤตการณ์การเมือง

10 ส.ค. 2563 การชุมนุม กลุ่ม "ธรรมศาสตร์จะไม่ทน จัดโดยนักศึกษากลุ่มธรรมศาสตร์และการชุมนุม ที่เน้นย้ำถึง 3 ข้อเรียกร้อง ยุบสภา ร่างรัฐธรรมนูญและหยุดคุกคามประชาชน ตำรวจ สภ.คลองหลวงประเมินว่ามีผู้มาชุมนุมราว 2,500 คน แจ้งข้อหากระทำความผิด พ.ร.บ. โรคติดต่อ 2558

13 มี.ค 64
ม็อบเดินทะลุฟ้า V2 นัดบุกทำเนียบรัฐบาล ขักป้ายผ้าตั้ง "หมู่บ้านทะลุฟ้า" ประกาศปักหลักจนกว่า 4 ข้อเรียกร้อง "ปล่อยเพื่อนเรา-รัฐธรรมนูญใหม่-เลิก ม.112 -ประยุทธ์ต้องลาออก" จะบรรลุผล บช.น.แจ้งการกระทำดังกล่าวผิดกฎหมาย พ.ร.บ.โรคติดต่อ

18 ก.ค 64
กลุ่มเยาวชนปลดแอก ประกาศชุมนุม #ม็อบ18กรกฎา เกิดการปะทะกันระหว่างผู้ชุมนุมและจนท.คฝ.หลังเกิดเหตุสามารถจับกุมตัวผู้ก่อเหตุได้ 13 ราย โดยทั้งหมดจะมีความผิดตาม พ.ร.ก. ฉุกเฉินฯ

23 ก.ค. 2564 แจ้งข้อหา ม็อบ #ทะลุฟ้า นำโดย ไผ่ ดาวดิน นำมวลชนมาจัดเตรียมเวทีทำกิจกรรม "ร่วมกันหล่อเทียน ทำบุญประเทศ " ซึ่งมีการรวมกลุ่มกันของบุคคลที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่โรคโดยฝ่าฝืนพรก.ฉุกเฉิน

20 ม.ค. 59 "จ่านิว" สิรวิชญ์ นักกิจกรรมกลุ่มประชาธิปไตยศึกษา ถูกศาลทหารออกหมายจับในข้อหาฝ่าฝืนคำสั่งหัวหน้าคสช.ฉบับที่ 3/2558 กระบวนการตามคำสั่งหัวหน้า คสช. ทั้งฉบับที่ 3/2558 และ 13/2559 เปิดช่องให้เกิดการควบคุมตัวตามดุลยพินิจของทหาร

## 6 จรรยาบรรณในการนำเสนอเนื้อหาที่ประกาศจากองค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน (1)

**ข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ. 2553**

- **หมวด 2 ข้อ 5, ข้อ 6**
- **หมวด 4 ข้อ 11, ข้อ12**

- **หมวด 2 จริยธรรมของวิทยุและโทรทัศน์**
  - **ข้อ 5** วิทยุและโทรทัศน์ต้องนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องตามหลักวัตถุวิสัย ภายใต้พื้นฐานความรู้ และความถูกต้องครบถ้วน
  - **ข้อ 6** วิทยุและโทรทัศน์ต้องนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์แห่งสาธารณะ และไม่ละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่น
- **หมวด 4 แนวปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพข่าว**
  - **ข้อ 11** การได้มา หรือการนำเสนอหรือการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พึงใช้วิธีการที่สุภาพ ซื่อสัตย์ หลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่ไม่สุภาพ หรือมีความหมายที่ดูถูก เหยียดหยามผู้อื่น
  - **ข้อ 12** พึงไม่รับตำแหน่งหน้าที่ หรือประโยชน์อื่นใด เพื่อกระทำการหรืองดเว้นกระทำการใด ๆ อันขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ถูกต้องครบถ้วน หรือเพื่อให้บุคคลใด ๆ ได้รับประโยชน์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

## 6 จรรยาบรรณในการนำเสนอเนื้อหาที่ประกาศจากองค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน (2)

- **แนวปฏิบัติการได้มาและการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของสื่อมวลชน โดยไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ตกเป็นข่าว**
- **แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อสารมวลชนในสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media)**

- **หมวด 1 ผู้ปฏิบัติงานข่าว**
  - **ข้อ 4** ผู้ปฏิบัติงานข่าวพึงระมัดระวังการทำข่าวอุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับฆาตกรรม ภัยพิบัติ วินาศกรรม การก่อการร้าย เหตุรุนแรง หรือการกระทำใด ๆ อันอาจขัดขวางหรือเป็นอุปสรรคต่อการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
  - **ข้อ 5** ผู้ปฏิบัติงานข่าวพึงเคารพสิทธิส่วนบุคคลในการได้มาซึ่งข้อมูลของผู้ตกเป็นข่าว
  - **ข้อ 6** ผู้ปฏิบัติงานข่าวต้องไม่ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลหรือภาพ หรือข้อมูลอื่นใดของเหยื่อ หรือพยาน หรือผู้รู้เห็นเหตุการณ์ในการทำข่าว อันอาจนำมาซึ่งภยันตรายต่อบุคคลเหล่านี้
- **หมวด 2 องค์กรสื่อมวลชน**
  - **ข้อ 8** สื่อมวลชนพึงหลีกเลี่ยงการเสนอภาพข่าวผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุ ภัยพัติ วินาศกรรม และสถานการณ์รุนแรงอื่น ๆ ที่มีลักษณะอุจาด สยดสยอง หรือ น่าเวทนา
  - **ข้อ 9** สื่อมวลชนต้องไม่นำเสนอภาพข่าวศพของผู้เสียชีวิต ในกรณีที่จำเป็นต้องให้ความร่วมมือแก่ทางราชการเพื่อประโยชน์สาธารณะ สามารถนำเสนอได้โดยต้องหลีกเลี่ยงภาพในลักษณะที่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์โศกต่อญาติของผู้เสียชีวิต
  - **ข้อ 12** สื่อมวลชนต้องไม่นำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลอื่นใดอันอาจเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าวและผู้ที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น
  - **ข้อ 14** สื่อมวลชนพึงระมัดระวังการนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลหรือภาพข่าว หรือข้อมูลอื่นใดของพยาน ผู้รู้เห็นเหตุการณ์ หรือเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งหรือรุนแรง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันภยันตรายที่อาจเกิดขึ้นแก่พยาน ผู้รู้เห็นเหตุการณ์ หรือเจ้าหน้าที่ผู้นั้น

ภาพที่ 194 กรอบเนื้อหากฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม หัวข้อย่อยที่ 4-5

**1.3 เนื้อหาส่วนที่ 3 ผลการสำรวจความเห็นด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม**

การจัดทำเนื้อหาด้านผลการสำรวจความเห็นด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม ประกอบด้วยประเด็นสื่อสารจำนวน 6 ประเด็น คือ

1.3.1 ลักษณะการเปิดรับสื่อในปัจจุบัน

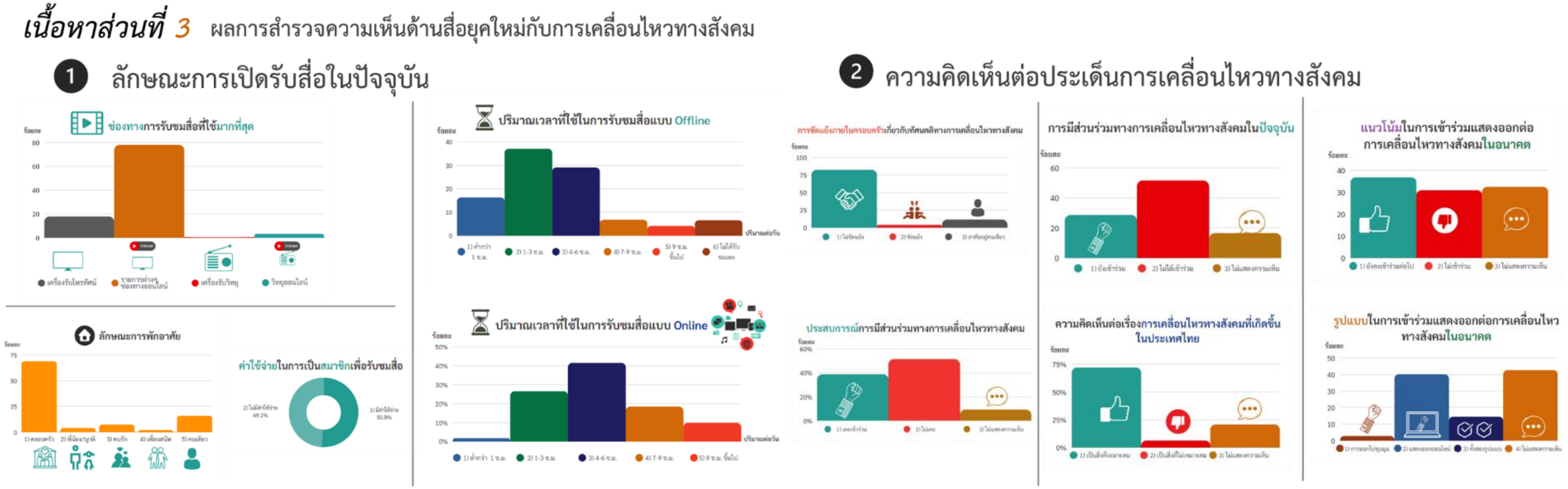
1.3.2 ความคิดเห็นต่อประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม

1.3.3 ความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือและความเป็นกลางของสื่อแต่ละประเภทกับการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

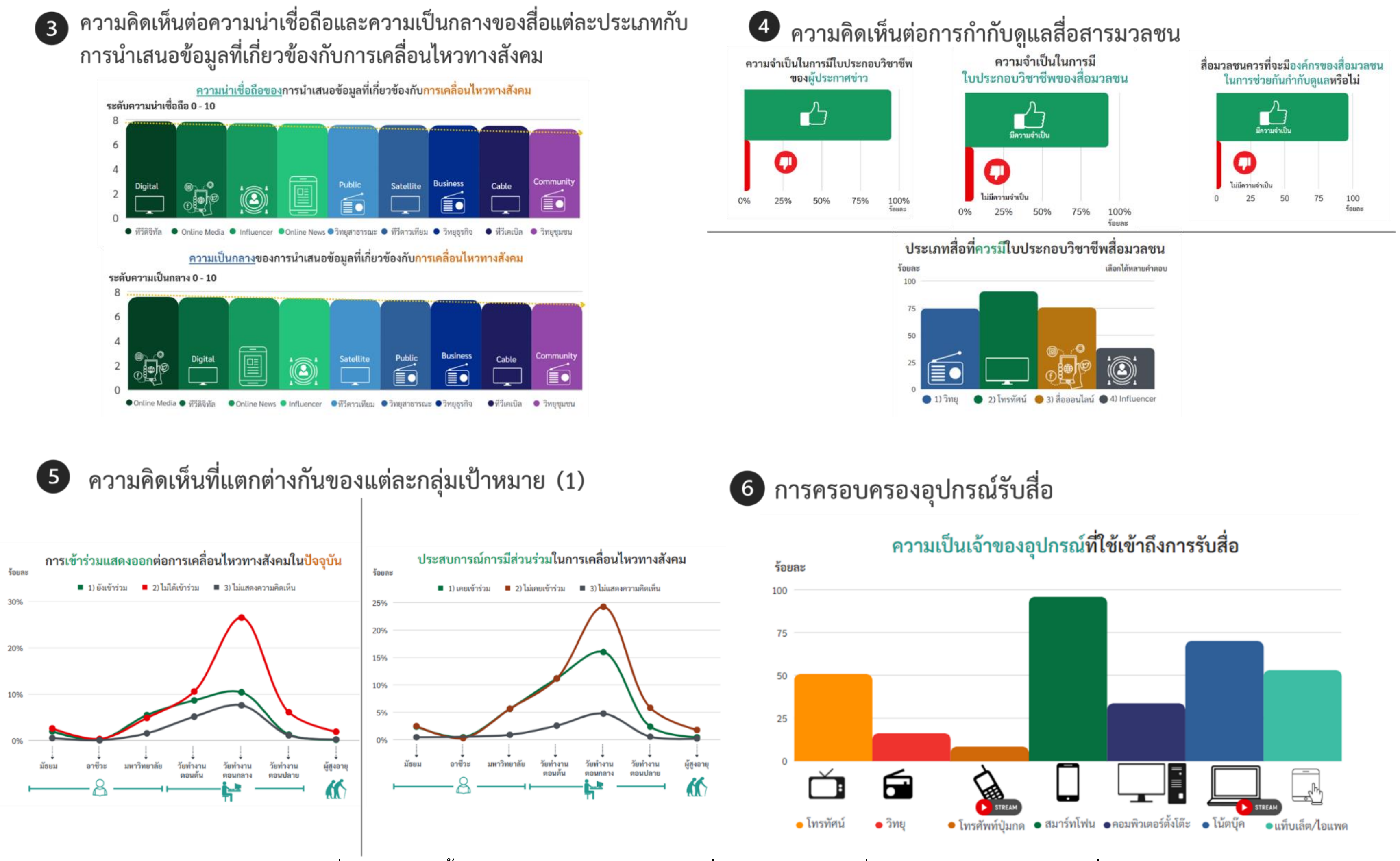
1.3.4 ความคิดเห็นต่อการกำกับดูแลสื่อสารมวลชน

1.3.5 ความคิดเห็นที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

1.3.6 การครอบครองอุปกรณ์รับสื่อ




ภาพที่ 195 กรอบเนื้อหาผลการสำรวจความเห็นด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม หัวข้อย่อยที่ 1-2




ภาพที่ 196 กรอบเนื้อหาผลการสำรวจความเห็นด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม หัวข้อย่อยที่ 3-4

## 1.4 เนื้อหาส่วนที่ 4 การจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชน

การจัดทำเนื้อหาด้านการจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชน ประกอบด้วยประเด็นสื่อสารจำนวน6 ประเด็น คือ

1.4.1 Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชน

1.4.2 ทักษะการเลือกใช้คำในการสืบค้น หรือ คีย์เวิร์ด (Keyword)

1.4.3 การใช้โปรแกรม Google Trend ช่วยรวบรวมคีย์เวิร์ด (Keyword)

1.4.4 การทำ Social Listening

1.4.5 การนำกลุ่มคำสำคัญ (Keyword) ไปตั้งค่าในโปรแกรม Social Listening

1.4.6 ตัวอย่างการนำผลจาก Social Listening ไปใช้งาน

ภาพที่ 197 กรอบเนื้อหาการจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชน หัวข้อย่อยที่ 1-2

## 2 ทักษะการเลือกใช้คำในการสืบค้น หรือ คีย์เวิร์ด (Keyword) (2)

04 การระบุคีย์เวิร์ดให้เฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนด้วยการเพิ่มคีย์เวิร์ด วิธีการนี้คือการเพิ่มรายละเอียดของคีย์เวิร์ดที่ต้องการทราบลงไปโดยใช้เครื่องหมายบวก (+) เพื่อประโยชน์ในการแสดงผลที่ละเอียดมากขึ้น

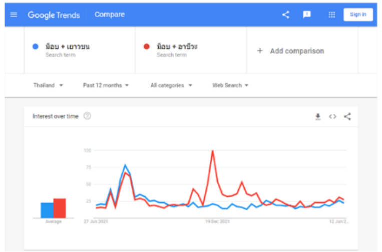
05 การระบุคีย์เวิร์ดให้เฉพาะเจาะจง เพื่อลดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง ด้วยการลดคีย์เวิร์ดหรือระบุช่วงเวลาให้ชัดเจน เป็นการช่วยให้ข้อมูลที่ต้องการศึกษานั้นมีความชัดเจนและจำกัดวงให้เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะศึกษาได้ชัดเจนมากขึ้น

06 อย่าละเลยคำแสลง โดยเฉพาะโลกออนไลน์ที่จะไม่ใช้คำในการสื่อสารตรงไปตรงมา ยิ่งไปกว่านั้นประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม เป็นประเด็นที่มีการใช้คำแสลงและหลีกเลี่ยงการใช้คำที่สะท้อนสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากต้องการหลบเลี่ยงประเด็นทางกฎหมาย จึงเป็นความท้าทายของนักวิจัยที่ดำเนินการศึกษาและต้องรวบรวมค้นหาคีย์เวิร์ดประเภทนี้ให้ได้มากที่สุด

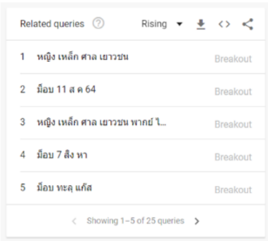
อย่าละเลยคำที่สะกดผิด 3 ประเภท ได้แก่ 1) การสะกดคำผิดในคำภาษาไทย เช่น คำว่า "นะคะ" สะกดผิดเป็น "นะค่ะ" 2) การสะกดคำผิดในคำทับศัพท์ เช่น คำว่า "โรแมนติก" สะกดผิดเป็น "โรแมนติค" และ 3) การสะกดคำผิดในคำที่เป็นชื่อเฉพาะ เช่น คำว่า "แอร์เอเชีย" สะกดผิดเป็น "แอร์เอเซีย" เป็นต้น

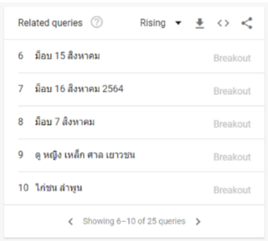
## 3 การใช้โปรแกรม Google Trend ช่วยรวบรวมคีย์เวิร์ด (2)

03 หากต้องการเปรียบเทียบคีย์เวิร์ด ให้พิมพ์คำอื่น ๆ ลงในช่อง Compare




04 พิจารณารวบรวมคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องจากฟังก์ชั่น Related Keyword ซึ่ง ต้องพิจารณาว่าการแสดงผล Related queries นั้น ๆ มีความสมเหตุผลสมผลหรือเกี่ยวข้องกับคีย์เวิร์ดหลักจริงหรือไม่



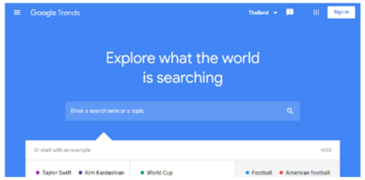




## 3 การใช้โปรแกรม Google Trend ช่วยรวบรวมคีย์เวิร์ด (1)

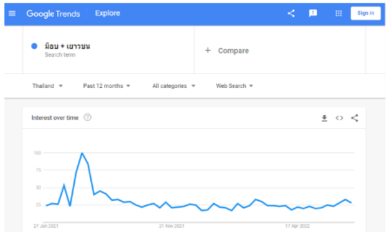
Google Trends

เตรียมคีย์เวิร์ดที่จะใช้ค้นหา รวมถึงวัตถุประสงค์ในการค้นหา เช่น ต้องการรวบรวมคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปทำการรับฟังเสียงทางสังคม (Social Listening) หรือต้องการค้นหาช่วงเวลาที่เกิดการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา

01 เข้าเว็บไซต์ trends.google.com และกำหนดขอบเขตพื้นที่เป้าหมายเป็นประเทศไทย




02 พิมพ์คำค้นหาที่ต้องการลงบนช่องค้นหา และเริ่มต้นการอ่านค่าโดยพิจารณาว่าผลการสืบค้นสอดคล้องกับความเป็นจริงหรือไม่ และทำการพิจารณาคำที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมารวบรวมเป็นกลุ่มคีย์เวิร์ดที่จะนำไปใช้ต่อไป



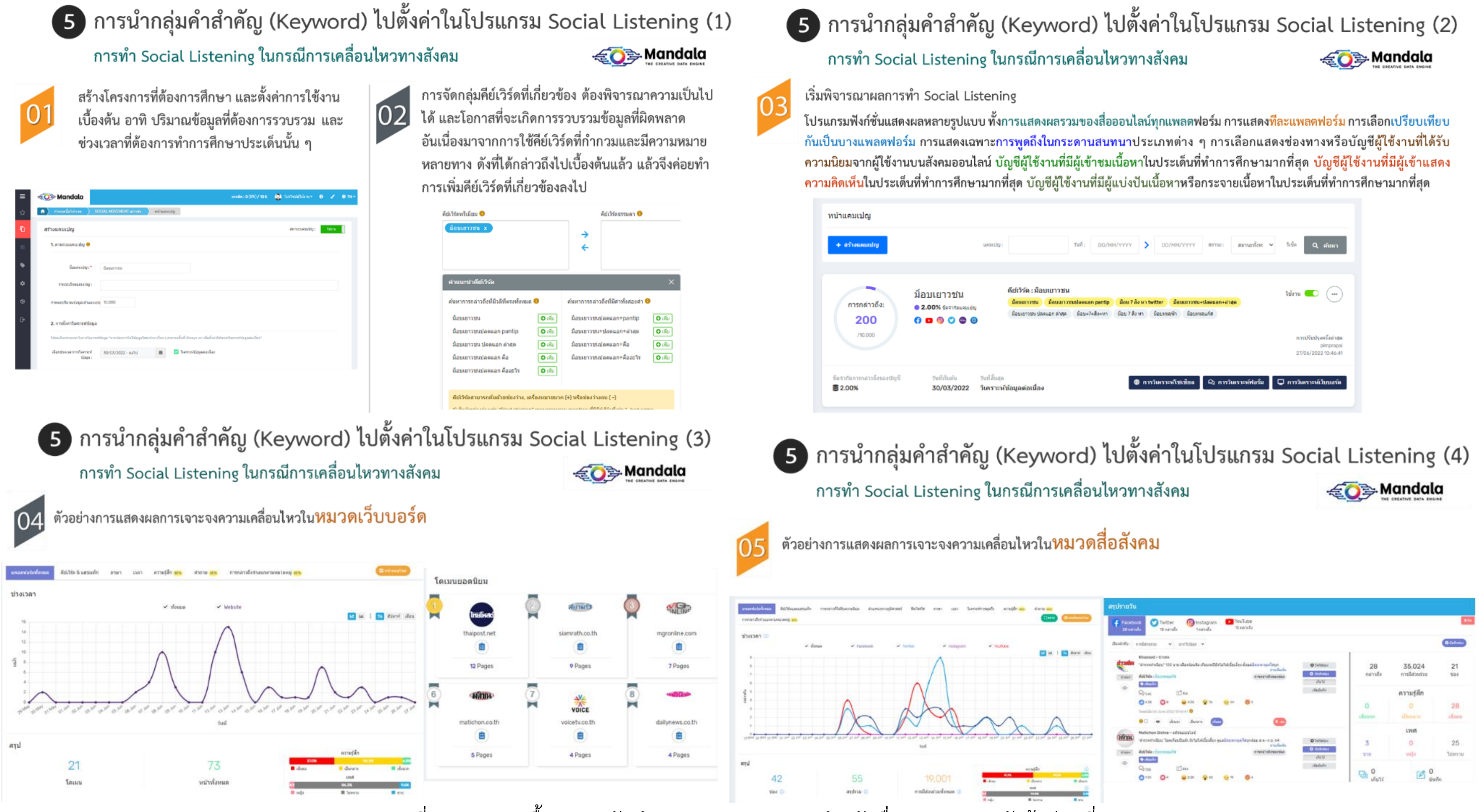

## 4 การทำ Social Listening

การทำ Social Listening นั้น เมื่อพิจารณาปัจจัยหัวข้อ "การเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" พบว่ามีลักษณะเฉพาะคือต้องดำเนินการโดยมีเป้าหมายเป็นความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเป็นหลัก และปัจจัยหลักคือต้องรับฟังการใช้ภาษาในการสื่อสารที่เป็นภาษาไทย ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจโปรแกรมที่พัฒนาโดยผู้ประกอบการในประเทศไทย เนื่องจากจะสามารถขจัดอุปสรรคของ การวิเคราะห์ภาษาโดยโปรแกรมที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในหลักภาษาและการสะกดภาษาไทยได้

Mandala Analytics

Zocial EYE

ภาพที่ 198 กรอบเนื้อหาการจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชน หัวข้อย่อยที่ 2-4




ภาพที่ 199 กรอบเนื้อหาการจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชน หัวข้อย่อยที่ 5

**2. การจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม”**

จากผลการออกแบบและจัดทำเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ที่มีความเหมาะสม สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่ นำมาสู่การจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” จำนวน 3 ครั้ง ครั้งละ 1 วัน ผู้เข้าร่วมครั้งละไม่ต่ำกว่า 40 คน รวมจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมไม่ต่ำกว่า 120 คน โดยให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องไม่เกิน 6 คน เข้าร่วมสังเกตการณ์ด้วย การจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดขึ้นในพื้นที่**ภาคเหนือ** ในวันพุธ ที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุมดอยนาง ชั้น 2 โรงแรม แคนทารี ฮิลส์ โฮเทลแอนด์ เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ จังหวัดเชียงใหม่ **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** ในวันพุธ ที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุม ประชาสโมสร 1-2 ชั้น 2 โรงแรม อวานี ขอนแก่น โฮเต็ล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น และ**ภาคกลาง** ในวันพฤหัสบดี ที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพมหานคร (สุขุมวิท 22) ดังแสดงรายละเอียดกำหนดการประชุม ผู้เข้าร่วมประชุม และประเด็นความเห็นจากที่ประชุมดังนี้

ภาพที่ 200 ภาพรวมการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น และกรุงเทพมหานคร

**2.1 ขอบเขตการจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง**

กำหนดการประชุมกลุ่ม (Focus Group) นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องฯ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุง จำนวน 3 ครั้ง ครั้งละ 1 วัน ดังแสดงกำหนดการจัดประชุมดังนี้

**กำหนดการประชุมกลุ่ม (Focus Group) นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องฯ**

โครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"

---

| | |
|---|---|
| 09.00 - 09.30 น. | ลงทะเบียน ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องฯ |
| 09.30 - 09.40 น. | ผู้แทนจากสำนักงาน กสทช. กล่าวเปิดการประชุม |
| 09.40 - 09.50 น. | "ที่ปรึกษาโครงการ" กล่าวชี้แจงวัตถุประสงค์ของการประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่ |
| 09.50 - 10.20 น. | "ที่ปรึกษาโครงการ" นำเสนอข้อมูลการศึกษาเนื้อหาด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" อาทิ ด้านแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม ด้านผลกระทบของสื่อต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม และด้านการใช้เครื่องมือทำ Social Listening ในสื่อสังคมยุคใหม่ เพื่อประโยชน์ในงานสื่อสารมวลชน |
| 10.20 - 10.35 น. | พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม |
| 10.35 - 12.00 น. | **รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่จัดทำ ช่วงที่ 1**<br>1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม<br>2. ผลกระทบของสื่อต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม<br>3. การใช้เครื่องมือทำ Social Listening เพื่อประโยชน์ในงานสื่อสารมวลชน |
| 12.00 - 13.00 น. | รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน |
| 13.00 – 15.40 น. | **รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วงที่ 2**<br>4. ด้านสื่อกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในพื้นที่<br>5. ปัญหาอุปสรรคของงานสื่อสารมวลชน และการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย |
| 15.40 - 16.00 น. | พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม |
| 16.00 - 16.15 น. | รับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม |
| 16.15 - 16.30 น. | คณะที่ปรึกษา สรุปภาพรวมของผลการแสดงความคิดเห็น |
| 16.30 น. | จบการประชุม และถ่ายภาพหมู่ร่วมกัน |

**2.1.1 รายนามผู้เข้าร่วมและภาพการจัดประชุมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่**

การประชุมกลุ่ม (Focus Group) นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. มูลนิธิ/สมาคมที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน ภาคประชาสังคม และสื่อใหม่ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ในวันพุธที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุมดอยนาง ชั้น 2 โรงแรม แคนทารี ฮิลส์ โฮเทล แอนด์ เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีรายนามผู้เข้าร่วมจำนวน 54 คน ดังแสดงรายนามดังนี้

ตารางที่ 29 แสดงรายนามและหน่วยงานของกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องที่เข้าประชุมจังหวัดเชียงใหม่

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| **รายชื่อผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สำนักงานกสทช.** | | |
| 1 | นายณัฐนนท์ ลี้ศัตรูพ่าย | ผู้อำนวยการ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 2 | นางสาวสุทธินี เชาวรัตน์ | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานสำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| **รายชื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษา** | | |
| 3 | นายปิยภักดิ์ ดีบุกคำ | ประธานตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 4 | นางสาวศิริเพ็ญ สุขสารัญ | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 5 | นางสาวณัฐนพิน แข็งขัน | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 6 | นางสาวภรรณพัชร์ เกตทองส่ง | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 7 | นางสาวพนาภรณ์ หรรษอุดม | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. (กิจการโทรทัศน์)** | | |
| 8 | นางสาวนรรศนันท์ ปัญญา | สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT เชียงใหม่) |
| 9 | นายปิยะพงศ์ ฟูอง | สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT เชียงใหม่) |
| 10 | นายทรงเกียรติ ไชยดิษฐ์ | สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT เชียงใหม่) |
| 11 | นางสาวรชยา ลังกาทรง | Lc media news/Lc cable tv |
| 12 | นางสาวสุพิชานันท์ สุพทรัพย์ | Lc media news/Lc cable tv |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. (กิจการกระจายเสียง)** | | |
| 13 | นายปัญญากร รักชาติธรรม | ก้าวหน้านิวส์ 104.5 |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 14 | นายวสุรมย์ สุริยะวงศ์ | สถานีวิทยุ อสมท เชียงใหม่ |
| 15 | นางสาวกนกรัจน์ ปัญญา | สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ |
| 16 | นางสาวสุชญา มหาอินทร์ | สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ |
| 17 | นางสาวสุณิสา เมืองแก้ว | สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 18 | นายวิริยะ อาษากิจ | สมาคมนักข่าวเชียงใหม่ |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ** | | |
| 19 | ว่าที่ร้อยโท กาณฑ์ โสภโณดร | สำนักข่าวลานนาเพรส |
| 20 | นางสาวจุฬา สินไพบูลย์ | สำนักข่าวลานนาเพรส |
| 21 | นายชัยณรงค์ อนันต์ปัญหาสุทธิ์ | นสพ.ธุรกิจภาคเหนือ |
| 22 | นางสาวณัชชา อุตตะมัง | สำนักข่าวนอร์ทพับลิคนิวส์ |
| 23 | นายมานพ วรรณวงค์ | ข่าว 9 ล้านวิว |
| 24 | นายวีระบุตร เชื้อศรีลา | ข่าวล้านนา |
| 25 | นายสินชัย พชรธนาพร | น.ส.พ.เชียงใหม่นิวส์ |
| 26 | นายเอกรัตน์ บรรเลง | MGR Online ภาคเหนือ |
| 27 | นายนักรบ สุวรรณนพรัตน์ | น.ส.พ.ไทยนิวส์ |
| **มูลนิธิ/สมาคม/ภาคประชาสังคม** | | |
| 28 | นางสาวกชกร ดอกแก้วนาค | เครือข่ายสร้างเสริมสุขภาพเยาวชน |
| 29 | นายทักษิณ บำรุงไทย | เครือข่ายสร้างเสริมสุขภาพเยาวชน |
| 30 | นางสาวณรินทร์ธิรา ลือสิริมงคลชัย | สมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน เชียงใหม่ |
| 31 | นายมนตรี อิ่มเอก | สมาคมสื่อภาคพลเมือง |
| 32 | นางสาววีระศักดิ์ ใจแก้ว | สมาคมวิทยุสมัครเล่นจังหวัดเชียงใหม่ |
| 33 | นางสาวศีลตา บุณแผ่ผล | สมาคมสื่อภาคพลเมือง |
| 34 | นางสาวอิสิรา ใจแก้ว | สมาคมวิทยุสมัครเล่นจังหวัดเชียงใหม่ |
| 35 | นายณัฐดนัย ฐิวัฒนพงษ์ | Youth Nothern เครือข่ายเยาวชนพัฒนาศักยภาพ ภาคเหนือ |
| 36 | นายมานะ เฝ้าหนองดู่ | Youth Nothern เครือข่ายเยาวชนพัฒนาศักยภาพ ภาคเหนือ |
| 37 | ส.ต.วีรภัทร เทพจันทร์ | สมาคมวิทยุสมัครเล่นเชียงใหม่ |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| **สื่อใหม่ (สื่อออนไลน์)** | | |
| 38 | นายกัณฑ์อเนก กิตติพิทักษ์กุล | สำนักข่าวเชียงใหม่ลีดเดอร์นิวส์ออนไลน์ |
| 39 | นางสาวกานต์พิชชา สลับ | เชียงใหม่เพรส / ฟีลดีออนไลน์นิวส์ |
| 40 | นางสาวนัทธมน จงยศยิ่ง | สำนักข่าวเชียงใหม่ลีดเดอร์นิวส์ออนไลน์ |
| 41 | นายนำพล สุริยะเจริญ | เชียงใหม่เพรส / ฟีลดีออนไลน์นิวส์ |
| 42 | นายปรัชญา ไชยแก้ว | Lanner |
| 43 | นางผ่องพรรณ จงยศยิ่ง | เพจสำนักข่าวภาคเหนือ |
| 44 | นางสาวสุทธิดา ติวาติน | เพจเชียงใหม่บ้านเฮา |
| 45 | นายวรรชกร จงยศยิ่ง | Chiang Mai Post |
| 46 | นางสาววิศรา ทินนา | เพจ News 108 |
| 47 | นายวัชรพล นาคเกษม | Lanner |
| 48 | นายสุพัตร์ มหาวัน | ข่าวเชียงใหม่ออนไลน์ Police TV by UCI Media |
| 49 | อำนาจ จงยศยิ่ง | เพจสำนักข่าวภาคเหนือ |
| **สถาบันการศึกษา/นักวิชาการ** | | |
| 50 | ผศ.จิรภัทร กิตติวรากุล | สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยพายัพ |
| 51 | นายพรชัย อนณณรักษ์หิรัญ | สโมสรนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 52 | นายวิรชัช แสงอรุณ | สโมสรนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 53 | นางสาวอัญมณี ภักดีมวลชน | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 54 | นางอุไร ไชยเสน | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |

ภาพบรรยากาศการประชุมกลุ่ม (Focus Group) นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องฯ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ในวันพุธที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุมดอยนาง ชั้น 2 โรงแรม แคนทารี ฮิลส์ โฮเทลแอนด์ เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ จังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 201 ภาพรวมการกล่าวเปิดการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 202 ภาพบรรยากาศการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 203 ภาพกลุ่มสถาบันการศึกษา/นักวิชาการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 204 ภาพกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 205 ภาพกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 206 ภาพกลุ่มมูลนิธิ/สมาคม/ภาคประชาสังคมให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 207 ภาพกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 208 ภาพกลุ่มสื่อใหม่ (สื่อออนไลน์) ให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดเชียงใหม่

**2.1.2 รายนามผู้เข้าร่วมและภาพการจัดประชุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น**

การประชุมกลุ่ม (Focus Group) นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. มูลนิธิ/สมาคมที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน ภาคประชาสังคม และสื่อใหม่ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ในวันพุธที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุม ประชาสโมสร 1-2 ชั้น 2 โรงแรม อวานี ขอนแก่น โฮเต็ล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น มีรายนามผู้เข้าร่วมจำนวน 54 คน ดังแสดงรายนามดังนี้

ตารางที่ 30 แสดงรายนามและหน่วยงานของกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องที่เข้าประชุมจังหวัดขอนแก่น

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| **รายชื่อผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สำนักงานกสทช.** | | |
| 1 | นางกอบกุล ร่มคูหา | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานระดับสูง สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| **รายชื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษา** | | |
| 2 | นางสาวณัฐนพิน แข็งขัน | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 3 | นางสาวภรรณพัชร์ เกตทองส่ง | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 4 | นางสาวพนาภรณ์ หรรษอุดม | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. (กิจการโทรทัศน์)** | | |
| 5 | นางณิชานันณ์ มากทอง | NBT ขอนแก่น |
| 6 | นายดนุพัฒน์ อิ่มใจ | PPTV36 ขอนแก่น |
| 7 | นายสิทธิกร จันทสาร | บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) |
| 8 | นางสาวทิวาพร แสนเมิงชิน | NBT ขอนแก่น |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. (กิจการกระจายเสียง)** | | |
| 9 | นายเกียรติศักดิ์ พหลภิญโญ | สถานีวิทยุคนเมืองเก่า FM 87.75 MHz |
| 10 | นายเกียรติศักดิ์ ศิริเกตุ | จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนคนกุฉินารายณ์ |
| 11 | นายคำเฟือน หลวงโป้ | สถานีวิทยุอนุรักษ์ภาษาถิ่นไทศรีสงคราม |
| 12 | นางสาวจินดารัตน์ ทีสุกะ | สถานีวิทยุเอ็นเคโกลด์เอ็นเตอร์เทนเมนต์ |
| 13 | นางสาวดารุณีย์ สารทอง | สถานีวิทยุเอ็นเคโกลด์เอ็นเตอร์เทนเมนต์ |
| 14 | นายถนอมทรัพย์ นพบูรณ์ | สถานีวิทยุเมโลดี้ เรดิโอ |
| 15 | นางบุญชู นพบูรณ์ | สถานีวิทยุเมโลดี้ เรดิโอ |
| 16 | นางประนอม ครองยุติ | สถานนีวิทยุเอ็นจอยเรดิโอ 100.75 เมกกะเฮิร์ต |
| 17 | นางเยาว์รัตน์ ไชยหอม | จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนคนกุฉินารายณ์ |
| 18 | นางสาวรุ่งนภา เวียงชัยภูมิ | สถานีวิทยุโพธิ์พิทักษ์ เรดิโอ |
| 19 | นางสาวลักขณา เลื่อมใจหาญ | สถานีวิทยุ 666 radio station FM 90.75 เมกะเฮิรตซ์ |
| 20 | นายวิชิต สมรฤทธิ์ | สถานีวิทยุอนุรักษ์ภาษาถิ่นไทศรีสงคราม |
| 21 | นางวินิจ พิทักษวรรณ | สถานีวิทยุโพธิ์พิทักษ์ เรดิโอ |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 22 | นางวิไลวรรณ พรบัณฑิต | สถานีวิทยุเครือข่ายเมืองนครขอนแก่น |
| 23 | นายสยมพล โชติโรจนอนันต์ | วิทยุชุมชนนครโคราช |
| 24 | นางอมรรัตน์ วินิยกุล | สถานีวิทยุ 666 radio station FM 90.75 เมกะเฮิรตซ์ |
| 25 | นางเข็มอักษร ชาแก้ว | สถานีพระพุทธศาสนา FM 96 เมกะเฮิรตซ์ |
| 26 | นายวสันต์ สูญพันไร้ | FM 105.5 เมกะเฮิรตซ์ ขอนแก่น |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ** | | |
| 27 | นายชูไทย วงศ์บุญมี | หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ออนไลน์/ทีวีท้องถิ่น |
| 28 | นายธงชัย กุศลากร | สำนักข่าวแม็คโปร |
| 29 | นายปาริชาติ มณีฉาย | อีสานบิซ |
| 30 | นางสาวพจนีย์ ใสกระจ่าง | ศูนย์ข่าวไทยพีบีเอสภาคอีสาน จ.ขอนแก่น |
| 31 | นายสุรพันธุ์ กองจันทึก | วิสาหกิจชุมชนสื่อคำหวาน |
| 32 | นางสาวอุมาพร โพธิ์สุดตา | หนังสือพิมพ์อีสานขอนแก่นนิวส์ ออนไลน์/เครือข่ายทีวีท้องถิ่น |
| **มูลนิธิ/สมาคม/ภาคประชาสังคม** | | |
| 33 | นายคำบง งวดชัย | สมาคมสื่อมวลชนขอนแก่น |
| 34 | นายจุฑาวุฒิ วรรณปักษ์ | สมาคมวิทยุชุมชนนครโคราช |
| 35 | นายชาติชาย ชาธรรมา | สมาคมสื่อมวลชนขอนแก่น |
| 36 | พันโท พิสิษฐ์ ชาญเจริญ | สมาคมเครือข่าย นสพ. วิทยุ และสื่อออนไลน์ อีสาน |
| 37 | นางรัสเซล แชปแมน | มูลนิธิเพื่อการศึกษาและสื่อภาคประชาชนอีสาน (The Isaan Record) |
| 38 | นางสาววันนิษา แสนอินทร์ | เครือข่ายความหลากหลายทางเพศอีสาน |
| 39 | นางสาวสุมาวดี โพคะรัตน์ศิริ | มูลนิธิเพื่อการศึกษาและสื่อภาคประชาชนอีสาน (The Isaan Record) |
| **สื่อใหม่ (สื่อออนไลน์)** | | |
| 40 | นายเกรียงไกร อนุรักษ์เจริญพร | ข่าวสยามไทยแลนด์นิวส์ |
| 41 | นายคชณมาศ มณีอัญญะเฟื่องฟู | HO news |
| 42 | นางจงจิต ทองสอดแสง | หนังสือพิมพ์ตำรวจอีสาน |
| 43 | นางสาวจันทิมา ผิวนา | ศูนย์ข่าวทานตะวัน |
| 44 | นายโตบูรพา สิมมาทัน | ข่าวสังคมขอนแก่น |
| 45 | นายธเนศ บุญโท | ข่าวสังคมขอนแก่น |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 46 | นายยศ จันทร์หอมฟุ้ง | สำนักข่าวขอนแก่นออนไลน์ |
| 47 | นายวิเชียร สุขโทร | หนังสือพิมพ์ตำรวจอีสาน |
| 48 | นางสุพัตรา ศุขโข | สมาคมเครือข่าย นสพ. วิทยุ และสื่อออนไลน์ อีสาน |
| 49 | นายสุวิทย์ ศรีลับซ้าย | สำนักข่าวขอนแก่นออนไลน์ |
| 50 | นายนิติกร ค้ำชู | เพจดาวดินสามัญชน |
| **สถาบันการศึกษา/นักวิชาการ** | | |
| 51 | นายกิตตินิพนธ์ สิรินทรภูมิ | โรงเรียนขอนแก่นวิทยายน |
| 52 | นายศราวุฒิ ช่วยเงิน | โรงเรียนขอนแก่นวิทยายน |
| 53 | นางสาวชัญญานุช ศรีอ่อน | ศูนย์ศึกษาและประสานงานด้านสิทธิมนุษยชนในภูมิภาค มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 54 | นางสาวธัญยชนก แดงทน | คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น |

ภาพบรรยากาศการประชุมกลุ่ม (Focus Group) นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องฯ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ในวันพุธที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุม ประชาสโมสร 1-2 ชั้น 2 โรงแรม อวานี ขอนแก่น โฮเต็ล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 209 ภาพรวมการกล่าวเปิดการประชุมกลุ่มจังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 210 ภาพบรรยากาศการประชุมกลุ่มจังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 211 ภาพกลุ่มสถาบันการศึกษา/นักวิชาการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 212 ภาพกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 213 ภาพกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 214 ภาพกลุ่มมูลนิธิ/สมาคม/ภาคประชาสังคมให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 215 ภาพกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 216 ภาพกลุ่มสื่อใหม่ (สื่อออนไลน์) ให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มจังหวัดขอนแก่น

**2.1.3 รายนามผู้เข้าร่วมและภาพการจัดประชุมภาคกลาง กรุงเทพมหานคร**

การประชุมกลุ่ม (Focus Group) นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. มูลนิธิ/สมาคมที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน ภาคประชาสังคม และสื่อใหม่ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เนื้อหาด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม" ในวันพฤหัสบดีที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพมหานคร (สุขุมวิท 22) มีรายนามผู้เข้าร่วมจำนวน 55 คน ดังแสดงรายนามดังนี้

ตารางที่ 31 แสดงรายนามและหน่วยงานของกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องที่เข้าประชุมกลุ่ม กรุงเทพมหานคร

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| **รายชื่อผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สำนักงานกสทช.** | | |
| 1 | ผศ.ดร.ภูมิศิษฐ์ มหาเวสน์ศิริ | รองเลขาธิการ กสทช. สายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ |
| 2 | นายณัฐนนท์ ลี้ศัตรูพ่าย | ผู้อำนวยการ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 3 | นางกอบกุล ร่มคูหา | เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการระดับสูง สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| **รายชื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษา** | | |
| 4 | นายปิยภักดิ์ ดีบุกคำ | ประธานตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 5 | นางสาวศิริเพ็ญ สุขสารัญ | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 6 | นางสาวณัฐนพิน แข็งขัน | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 7 | นางสาวภรรณพัชร์ เกตทองส่ง | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| 8 | นางสาวพนาภรณ์ หรรษอุดม | กรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษาฯ สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ชส.) |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. (กิจการโทรทัศน์)** | | |
| 9 | นางกาญจนา แก่นจันทร์แดง | AEC TV |
| 10 | นางสาวขวัญจิตร แสงอรุณ | บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7HD) |
| 11 | นางเขมิอร วงศ์ดีลาภ | เก้าเอ็มคอตเอชดี (9 MCOT HD) |
| 12 | นางนันทนา สิงหเสถียร พวงทอง | องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ThaiPBS) |
| 13 | นายปฏิพัทธ์ เข็มทิศ | สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT 2HD |
| 14 | นางสาวปิยวรรณ นาทุ่งนุ้ย | สถานี ไทย เคเบิล บรอดแคสติ้ง จำกัด |
| 15 | นางสาวปิยาภรณ์ วีณะคุปต์ | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา (TPTV)) |
| 16 | นางสาวมนัสวรรณ หลินพันธุ์ | บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7HD) |
| 17 | นางสาววิรัตน์ มาหาญ | สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT 2HD |
| 18 | นายสุพิน อรุณสวัสดิ์ | AEC TV |
| 19 | นายณัฐดนัย อัษฎาเดช | สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT 2HD |
| 20 | นายอับดุลฮาดีย์ โรมินทร์ | สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT 2HD |
| 21 | นางสาวธนาธาร พรมประโณ | สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT 2HD |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. (กิจการกระจายเสียง)** | | |
| 22 | นายณรงค์ พรมโครต | สถานีวิทยุคลื่นสันติสุข Fm 101.25 MHz. |
| 23 | นางธันยพร จำปา | สถานีวิทยุคลื่นสันติสุข Fm 101.25 MHz. |
| 24 | นางสาวนันท์นภัส แสนตุ้ม | สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย |
| 25 | นางบัวพอง แสนสะอาด | สถานีวิทยุคลื่นสันติสุข Fm 101.25 MHz. |

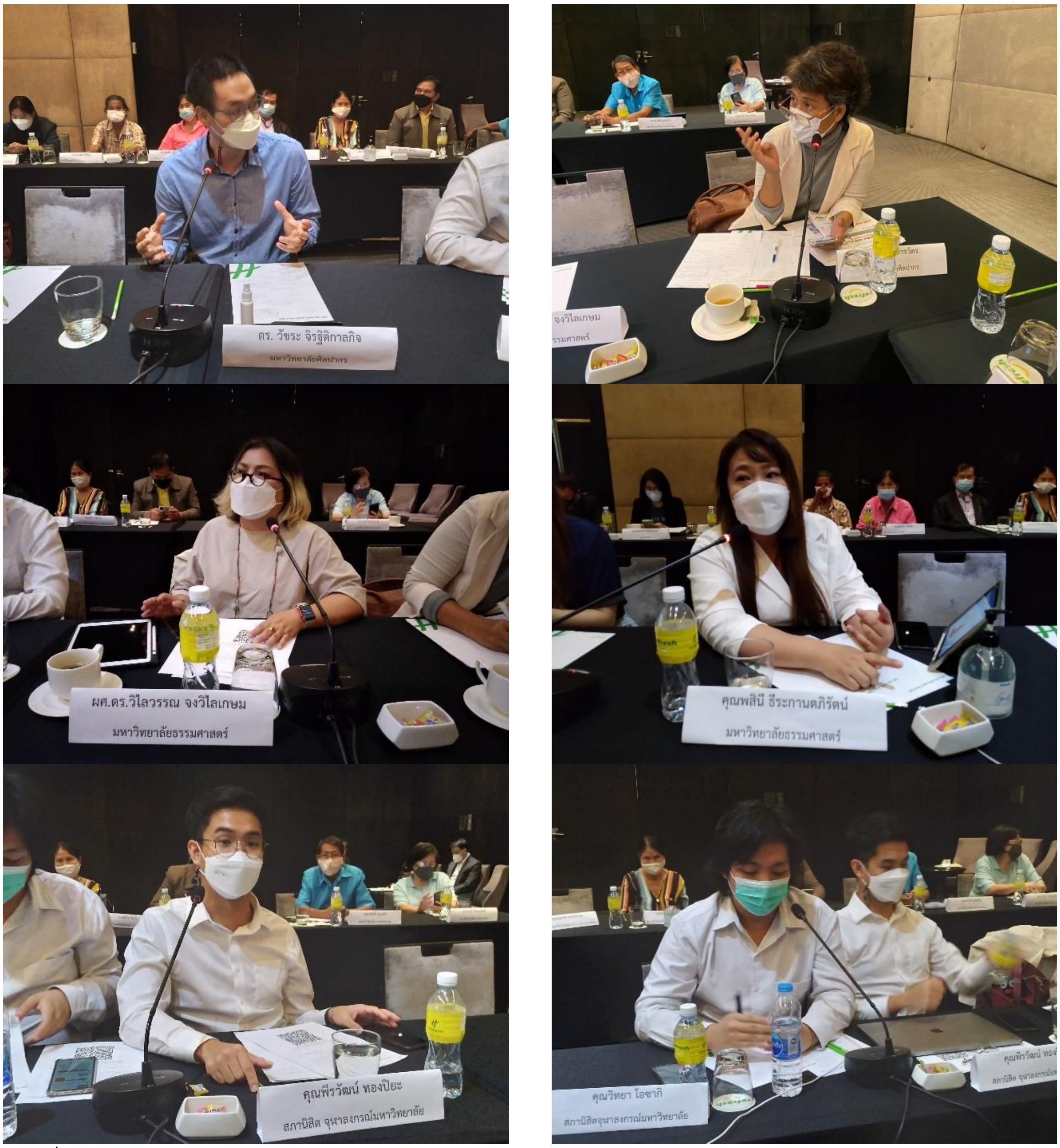
| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 26 | นางสาวพิสมัย เพ็งฟุ้ง | สถานีวิทยุคลื่นสันติสุข Fm 101.25 MHz. |
| 27 | นางสาวยุดากร สุนทรยาตร์ | บมจ.อสมท |
| 28 | นายสวัสดิ์ ธูปแก้ว | สถานีวิทยุ สื่อภาคประชาชน |
| 29 | นายสุริโย พินโบ | สถานีวิทยุคลื่นสันติสุข Fm 101.25 MHz. |
| 30 | นางสาวอรุณี โสธรุงรังษี | สถานีวิทยุ สื่อภาคประชาชน |
| 31 | นายพายัพ ทองสุข | สถานีวิทยุคลื่นสันติสุข Fm 101.25 MHz. |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ** | | |
| 32 | นายทศ ลิ้มสดใส | สำนักข่าว The Reporters |
| 33 | นางสาวสริตา เรืองจิต | สำนักข่าว The Reporters |
| **มูลนิธิ/สมาคม/ภาคประชาสังคม** | | |
| 34 | นางสาวชนิษฎา วิริยะประสาท | นิตยสารฉลาดซื้อ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค |
| 35 | นางสาวชัญญา ศรีนวล | สมาคมสื่อช่อสะอาด |
| 36 | นางสาวธารารัตน์ ปัญญา | กลุ่มฟื้นฟูประชาธิปไตย Democracy restoration group |
| 37 | นางสาวธีรารัตน์ โสภาที | นิตยสารฉลาดซื้อ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค |
| 38 | นางสาวนงลักษณ์ ตันประทุมวงษ์ | สมาคมสื่อช่อสะอาด |
| 39 | นายภูริณัฐ ชัยบุญลือ | ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน |
| 40 | นายมงคล บางประภา | สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย |
| 41 | นายสุทนต์ กล้าการขาย | สมาคมสื่อช่อสะอาด |
| **สื่อใหม่ (สื่อออนไลน์)** | | |
| 42 | นายทีฆายุพักตร์ คงสำรวย | The Room 44 |
| 43 | นางสาวพัชรวรรณ ยมนา | The Room 44 |
| 44 | นางสาวปรางชฌา ภัทรนรากุล | iLaw |
| 45 | นางสาวพริม มณีโชติ | เพจ กรองข่าวแกง |
| 46 | นางสาวพัชชา ชัยมงคลทรัพย์ | iLaw |
| 47 | นายสุภชาติ เล็บนาค | The MOMENTUM |
| **สถาบันการศึกษา/นักวิชาการ** | | |
| 48 | นางสาวพสินี ธีระกานตภิรัตน์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 49 | นายพิตินันท์ สุขพัฒนาภิรมย์ | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 50 | นายพีรวัฒน์ ทองปิยะ | สภานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 51 | นางสาวเพ็ญศิรินภา สุชลธาราเจริญ | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 52 | ดร. วัชระ จิรฐิติกาลกิจ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 53 | นายวิทยา โอซากิ | สภานิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 54 | ผศ.ดร. วิไลวรรณ จงวิไลเกษม | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 55 | ดร. สังกมา สารวัตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |

ภาพบรรยากาศการประชุมกลุ่ม (Focus Group) นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องฯ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ในวันพฤหัสบดีที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2565 เวลา 09.00- 16.30 น. ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพมหานคร (สุขุมวิท 22)

ภาพที่ 217 ภาพรวมการกล่าวเปิดการประชุมกลุ่มกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 218 ภาพบรรยากาศการประชุมกลุ่มกรุงเทพมหานคร



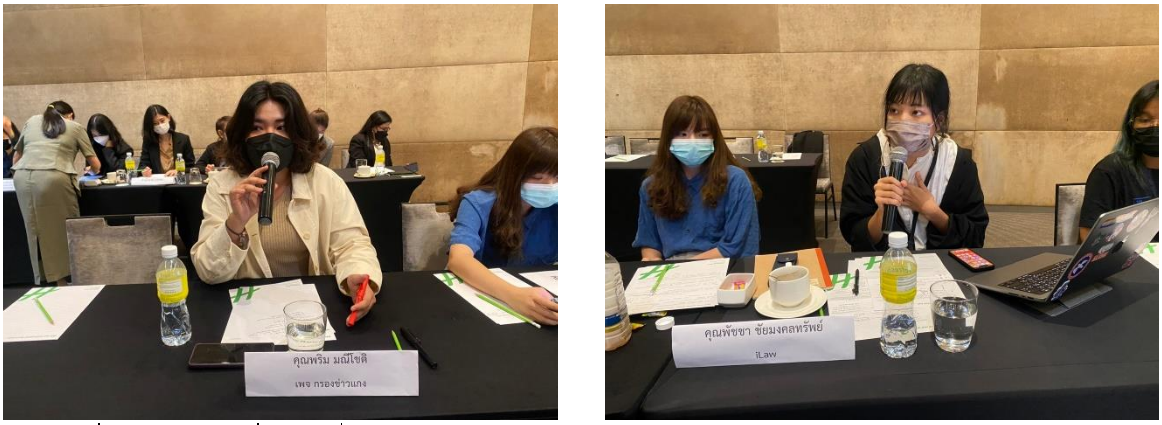

ภาพที่ 219 ภาพกลุ่มสถาบันการศึกษา/นักวิชาการให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 220 ภาพกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 221 ภาพกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 222 ภาพกลุ่มมูลนิธิ/สมาคม/ภาคประชาสังคมให้ความคิดเห็น ในการประชุมกลุ่มกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 223 ภาพกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มกรุงเทพมหานคร




ภาพที่ 224 ภาพกลุ่มสื่อใหม่ (สื่อออนไลน์) ให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในการประชุมกลุ่มกรุงเทพมหานคร

## 2.2 สรุปผลการจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง

จากผลการจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่อยู่ภายใต้ขอบเขตใบอนุญาตของสำนักงาน กสทช. และกลุ่มผู้ประกอบการสื่อใหม่ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ทั้ง 3 จังหวัด สามารถสรุปผลการวิพากษ์และข้อเสนอแนะต่อเนื้อหาที่ได้จัดทำ ดังแสดงจำแนกตามหมวดเนื้อหา จังหวัด และกลุ่มผู้ให้ความเห็นดังนี้

### 2.2.1 ความเห็นต่อเนื้อหาด้านแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

2.2.1.1 ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการด้านแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

1) กลุ่มนักวิชาการจังหวัดเชียงใหม่

- ควรที่จะเพิ่มการกำกับดูแลสื่อ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ การสร้างความเข้าใจในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อที่จะผลิตเนื้อหาได้อย่างมีคุณภาพ
- ควรเพิ่มการขยายนิยามของการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) และยกตัวอย่างสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อที่จะชี้ชัดให้เห็นถึงขบวนการ รูปแบบที่เรียกว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมอย่างแท้จริง รวมทั้งควรยกตัวอย่างการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีลักษณะเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมการอบรมเข้าใจเนื้อหามากขึ้น
- ควรเพิ่มแนวคิดทางสาขานิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Community) ในการเคลื่อนไหวทางสังคม ว่าด้วยเรื่องของบุคคลที่กระทำการเคลื่อนไหวทางสังคมด้วยรูปแบบการสื่อสารด้วยตนเอง ไม่ว่าจะมีจุดประสงค์ต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อกลุ่มหรือบุคคลใด รวมถึงเส้นทางของการใช้สื่อที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม
- ควรพิจารณาว่าประเด็นเนื้อหาที่เกิดขึ้นนั้น คือ ความเป็นจริงหรือเป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคม (Social Construction) ซึ่งหมายถึงการจงใจสร้างเนื้อหาให้เกิดเป็นประเด็น

- ควรเพิ่มการศึกษาผลกระทบของสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบัน

2) กลุ่มนักวิชาการจังหวัดขอนแก่น

- ควรเพิ่มข้อมูลทักษะการประเมินประสิทธิภาพของสื่อ หรือกระบวนการวิเคราะห์เพื่อจุดประสงค์ในการคัดเลือกสื่อเพื่อการบริโภค ซึ่งควรเป็นหนึ่งในแนวคิดที่สมควรแก่การเพิ่มเติมในฐานะแนวคิดที่ควรได้รับการศึกษา และปรับใช้เช่นเดียวกัน เนื่องด้วยสื่อนั้นเปรียบเสมือนเป็นกระจกสะท้อนแง่มุมมิติต่าง ๆ ทางสังคม ในทางเดียวกัน แนวคิดด้านสื่อควรมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันกับมิติและความหลากหลายทางสังคมที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

- มิติการนำเสนอข่าวมีหลายแง่มุม ดังนั้นควรนำเสนออย่างแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายมากขึ้น อาทิ การนำเสนอข่าวแบบดั้งเดิมมักมุ่งเน้นการบอกเล่าเนื้อหาในลักษณะของการเตือน การเน้นย้ำ หรือการเฝ้าระวัง ควรได้รับการปรับปรุงให้มีการนำเสนอข่าวในลักษณะของการมอบความห่วงใยนอกจากนี้ ในด้านสิทธิ์นั้น ควรมีการปกป้องสิทธิ์ของบุคคลผู้ยังไม่บรรลุนิติภาวะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการใช้รูปภาพ หรือวิดีโอประกอบ อย่างถูกต้องตามหลักด้วย ในกรณีนี้ การใช้งานสื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ควรได้รับการกำกับดูแลอย่างเป็นระบบ ระเบียบมากขึ้น เนื่องด้วยอิสระด้านการใช้งานแพลตฟอร์มที่มีคุณลักษณะเฉพาะอย่างเปิดกว้าง หรือการปราศจากระบบการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ

3) กลุ่มนักวิชาการกรุงเทพมหานคร

- ข้อสอบถามต่อหลักสูตร ที่มองว่าส่วนใหญ่จะมีความเกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ ประเด็นที่สำคัญอยากให้พิจารณาศึกษาเพิ่ม คือ เรื่องหน้าฟีดการแสดงผลของแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เนื่องจากแต่ละแพลตฟอร์มใช้ Algorithm ที่ทำหน้าที่แสดงผลอย่างแตกต่างกันไปตามรูปแบบเฉพาะตัวของแพลตฟอร์มนั้น จึงส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับชมสื่อ รับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้งานในแต่ละแพลตฟอร์ม

- ข้อเสนอแนะต่อแนวคิดที่เกี่ยวข้อง คือ 1) การเพิ่มคำสำคัญ (Keyword) เช่น "สิทธิเสรีภาพ" มาจากเนื้อหาทางตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อ และ "ความรับผิดชอบ" มาจากการนำเสนอข่าวโดยสำนักสื่อสารมวลชน น่าจะสอดคล้องกับชื่อหัวข้อโครงการมากยิ่งขึ้น 2) พิจารณาบริบทของประเทศไทยว่าได้ให้บรรทัดฐานสื่อไว้อย่างไร สะท้อนวิธีการทำงานของสื่อ นำไปสู่การรับรู้ผลกระทบทางสังคมจากสิ่งที่ถูกนำเสนอโดยสื่อนั่นเอง

- กล่าวถึงรากของการตีความแนวคิด Social Movement ที่จะเลือกนำมาเป็นฐานตั้งต้นของการอธิบายการเคลื่อนไหวทางสังคม นอกจากนี้ ยังควรพิจารณาถึงประเด็น Self-regulation หรือการที่สื่อควบคุมกันเอง อีกทั้งควรพิจารณาในส่วนของพื้นที่ต่าง ๆ ทำหน้าที่เปิดโอกาสกับการเคลื่อนไหวทางสังคมของผู้คนอย่างไร รวมไปถึงการเพิ่มเติมเรื่อง "Social Activism" "Digital Sphere" และ "Online Activism" เพื่อให้สอดคล้องและเป็นประโยชน์ที่แท้จริงได้ตามจุดประสงค์ของการศึกษาโครงการ

● การให้คำจำกัดความของคำว่า “สื่อ” ให้ชัดเจนขึ้นว่ามีอะไรบ้าง เนื่องจากในปัจจุบันมีทั้งสื่อวิชาชีพ สื่อภาคพลเมือง และสื่ออิสระ โดยต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการที่เป็นสื่อวิชาชีพมากกว่า และการให้คำจำกัดความของคำว่า “การเคลื่อนไหวทางสังคม” คืออะไร ควรอธิบายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ต้องอธิบายได้ว่าเมื่อกล่าวถึงการเคลื่อนไหวทางสังคมในลักษณะต่าง ๆ นั้น ใช้วิธีการมองผ่านสื่อประเภทใด เนื่องจากบทบาทของแต่ละประเภทสื่อมีความแตกต่างกัน เสนอว่าควรทบทวนถึงจุดประสงค์ วัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลักสูตรจะถูกนำไปปรับใช้ว่าสอดคล้องกันอย่างไร

● เสนอความคิดเห็นการศึกษาถึง ประเด็นความเป็นกลาง (Objectivity) และความสมดุล (Balance) เมื่อเกิดความขัดแย้งผ่านการอธิบายต่อเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม ประเด็นด้านการนำเสนอข้อมูล หรือความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อหลักของประเทศไทยจึงขาดประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลกระทบต่อมิติด้านความน่าเชื่อถือ หรือความไว้วางใจจากประชาชน อันเป็นปัจจัยที่เกี่ยวเนื่องกันกับ “ความขัดแย้ง” หรือ “ความไม่เข้าใจ” ระหว่างประชาชน สื่อ และหน่วยงานภาครัฐ

● กล่าวถึงการรับสื่อในปัจจุบันของผู้คน อาจเป็นไปตามลักษณะที่รับสื่อทางเดียว จึงทำให้เกิดการรับรู้สื่อในวงจำกัดและน้อยลง จึงควรส่งเสริมการรับสื่ออย่างมากขึ้น

2.2.1.2 ความเห็นจากกลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

1) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. จังหวัดเชียงใหม่

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

● สื่อหลักมีข้อจำกัดในการผลิตเนื้อหา เพราะต้องสอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับภายใต้การกำกับดูแล ซึ่งจะแตกต่างจากสื่อใหม่ ดังนั้น ในด้านแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมจึงอยากให้เพิ่มเติมในส่วนของการกำกับดูแลสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์

● เพิ่มเรื่องพฤติกรรมการรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง

2) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. จังหวัดขอนแก่น

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

● ในกรณีของ สถานีโทรทัศน์ ThaiPBS แม้ทางสถานีจะมีกรอบการนำเสนอข้อมูล กรอบจรรยาบรรณในการดำเนินงาน และขอบเขตการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรด้านสื่อ อย่างไรก็ตาม ในมิติด้านการนำเสนอข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการสัมภาษณ์ การแสดงชื่อของบุคคลผู้ถูกสัมภาษณ์ ถือเป็นหนึ่งในขั้นตอนการนำเสนอ แต่อย่างไรก็ตาม กลับขัดแย้งกับหลักการปกป้องสิทธิ์ของผู้คนในสังคม ในอีกนัยหนึ่ง กระบวนการทางกฎหมาย และแนวปฏิบัติด้านสื่อ ในบริบทของประเทศไทย ยังคงขาดประสิทธิภาพและมาตรฐานที่ถูกต้อง

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง

- วิทยุถือเป็นช่องทางการรับสื่อหลัก หรือพื้นที่สื่อสำหรับบุคคลในกลุ่มเปราะบาง รวมไปจนถึงกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่เขตเทศบาล ในอีกนัยหนึ่ง บุคคลในกลุ่มเปราะบาง และกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่เขตเทศบาลบางกลุ่มอาจไม่มีความตระหนัก หรือความเข้าใจเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมมากนัก เนื่องด้วยการขาดปัจจัย ชุดข้อมูล ตลอดจนอิทธิพลของบุคคลที่มีความสนใจ หรือความเคลื่อนไหวทางสังคม เหตุเพราะเนื้อหา หรือชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมนั้น ไม่ใช่ประเภทเนื้อหาหลัก อีกทั้งไม่ใช่ประเภทเนื้อหาที่ได้รับความนิยมในขอบเขตของบริการวิทยุ

3) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. กรุงเทพมหานคร

- การผสมผสานรูปแบบ วิธีการ นำเสนอข่าวสารของสื่อ ยกตัวอย่าง วิทยุชุมชนอาจทำหน้าที่เป็นสื่อใหม่เมื่อมีการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียนำเสนอข่าวสารได้เช่นเดียวกัน และในหลายครั้งวิทยุชุมชนได้หยิบยกเนื้อหาข่าวสารที่ปรากฏจากสื่อออนไลน์ นำมาเสนอข่าวออกอากาศเองด้วย ทั้งนี้ มองว่าสื่อเก่าอย่างวิทยุชุมชนนั้นได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดเรื่องใบอนุญาตคลื่นความถี่จาก กสทช. อยู่พอสมควร
- กล่าวถึงวิธีการนำเสนอข่าวเกี่ยวข้องกับแนวคิดและนโยบายขององค์กรสำนักข่าวเป็นหลัก ได้รับมอบหมายให้นำเสนอข่าวทางสื่อดิจิทัลหรือสื่อโซเชียลมีเดียด้วย
- กล่าวถึงความพยายามเปิดพื้นที่เพื่อประเด็นการขับเคลื่อนทางสังคมของช่องสื่อและความพยายามสร้างสมดุลให้แก่กลุ่มผู้ขับเคลื่อน องค์กร ภาคเครือข่ายประชาชนหลายภาคส่วน

2.2.1.3 ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ

1) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ จังหวัดเชียงใหม่

- ควรวางกรอบแนวทางในด้านเสรีภาพของสื่ออย่างชัดเจน และการเข้าใจในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)
- ควรจะเพิ่มเติมเนื้อหาส่วนของแนวทางการใช้งานบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียมาตรฐานชุมชม (Community Standard) ของแพลตฟอร์มต่าง ๆ
- ควรเพิ่มเติมเนื้อหาระดับการมีส่วนร่วมการเคลื่อนไหวทางสังคมของผู้เคลื่อนไหว

2) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ จังหวัดขอนแก่น

- มิติด้านการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวเนื่องกันกับบุคคลในกลุ่มเปราะบาง ปัจจุบันผู้นำเสนอสื่อมักมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลในลักษณะแทรกแซง หรือการเพิ่มเติมข้อคิดเห็น หรือความต้องการจากทางภาครัฐ กลุ่มนายทุน หรือองค์กรด้านสื่อเป็นหลัก ซึ่งลักษณะการนำเสนอดังกล่าวนั้นปราศจากการมองเห็น ยอมรับ หรือรับฟังเสียงที่แท้จริงของบุคคลในกลุ่มเปราะบาง อีกทั้ง ยังเป็นการโน้มน้าว หรือลบตัวตนที่แท้จริงของบุคคลในกลุ่มเปราะบางด้วยวาทกรรมของสื่อ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่เกี่ยวข้อง และไม่เป็นผลดีต่อบุคคลในกลุ่มเปราะบาง สื่อจึงควรต้องเพิ่มความระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารประเด็นดังกล่าว

- การศึกษารับฟังเกี่ยวกับรายละเอียด หรือข้อมูล ที่อาจเฉพาะเจาะจง เกี่ยวกับบุคคลในกลุ่มเปราะบางนั้น หน่วยงานกำกับดูแลสื่อ และผู้ให้บริการสื่อ ตลอดจนบุคคลอื่น ๆ สามารถเข้าถึงได้ผ่านการศึกษาค้นคว้า หรือการติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน NGOs และสมาคมในท้องที่ เพื่อการรับทราบข้อมูลที่ถูกต้องเป็นปัจจุบัน

3) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ กรุงเทพมหานคร

- กล่าวถึงบทบาทของสื่อสารมวลชนในปัจจุบันที่แตกต่างไปจากเดิม สนับสนุนการเพิ่มเติมคำสำคัญอย่าง "สิทธิเสรีภาพ" ต้องมาพร้อม "ความรับผิดชอบ" นอกจากนี้ มีความคิดเห็นว่าเนื้อหาในหลักสูตรโครงการมีลักษณะรวมอยู่ระหว่างการใช้สื่อกับการสื่อข่าว ควรจะอธิบาย และให้ความหมายที่ต่างกัน อันเป็นผลมาจากภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป
- นำเสนอถึงแนวคิดสื่อยุคใหม่ ที่มองว่าทุกคนสามารถเป็นสื่อได้ แต่การเป็นสื่อที่ดีได้นั้น ต้องเป็นสื่อที่มีคุณภาพเป็นองค์ประกอบด้วย รวมถึงการคำนึงถึงจริยธรรมสื่อเป็นสิ่งสำคัญ

2.2.1.4 ความเห็นจากกลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม

1)กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม จังหวัดเชียงใหม่

- ควรเพิ่มเติมเนื้อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเรื่องของสถานการณ์ทางสังคมที่ทำให้สื่อถูกควบคุมจากภาครัฐ

2) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม จังหวัดขอนแก่น

- ในมุมมองของสื่อใหม่มีความคิดเห็นว่า ระบบของแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียนั้นมีกระบวนการตรวจสอบที่ดี มีความละเอียด และเข้มข้น อาทิ กรอบการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานและแนวทางกฎเกณฑ์การเตือน บล็อก หรือระงับบัญชีผู้ใช้งาน ดังนั้น การแทรกแซงจากหน่วยงานกำกับดูแลด้านสื่อในช่วงเวลาปัจจุบันจึงถูกมองว่าไม่มีความจำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาถึงการตัดสินใจเลือกบริโภค หรือใช้งานสื่อผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียนั้น เป็นสิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้งาน ซึ่งควรตระหนักได้ถึงปัจจัยเสี่ยง และมีความพร้อมรับมือจากการมีทักษะด้านดิจิทัลอย่างสอดคล้องกัน
- ควรเพิ่มเติมผลการศึกษาถึงคุณลักษณะ ประเภทความเสี่ยง หรืออันตรายจากการใช้สื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านพื้นที่ออนไลน์ โดยลักษณะที่พบในปัจจุบัน คือ กลุ่มมิจฉาชีพ หรือการหลอกลวงผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียบนพื้นที่ออนไลน์ ที่แม้จะครอบคลุมถึงแนวคิดสื่อในมิติอื่น อย่างไรก็ตามควรเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจเป็นสำคัญอย่างเร่งด่วนโดยหน่วยงานกำกับดูแลด้านสื่อ เพื่อจุดประสงค์ในการสร้างสรรค์ ตลอดจนปรับใช้กระบวนการ และระบบการคัดกรองที่มีประสิทธิภาพ
- หน่วยงานกำกับดูแลด้านสื่อควรมุ่งเน้นการร่วมมือ หรือการประสานงานกับ "เจ้าของแพลตฟอร์ม" โดยตรง เพื่อจุดประสงค์ในการพิจารณา ตรวจสอบ และปรับใช้กระบวนการดำเนินงานที่อาจมุ่งเน้นการหาผลประโยชน์เชิงพาณิชย์มากกว่าการปกป้องสิทธิ์ของผู้ใช้งาน ในทางเดียวกันการสร้างสรรค์สมาคมสื่อ หรือศูนย์กลางการประสานงานระหว่างภาครัฐ และผู้ให้บริการ ที่สามารถให้ความช่วยเหลือและมอบข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้ให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกันกับศักยภาพที่แตกต่างกันของ

กลุ่มผู้ประกอบการ ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการสื่อที่เป็นผู้ใหญ่ ผู้ซึ่งมีความต้องการด้านการชี้แนะ ในทางกลับกัน ผู้ประกอบการสื่อรุ่นใหม่ ผู้ซึ่งเป็นเยาวชนที่ไม่ต้องการการแทรกแซงไม่ว่าในมิติใด ๆ ก็ตาม เป็นต้น

- ประเด็นการเข้าถึง และใช้งานแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียผ่านระบบออนไลน์ ที่ผู้ให้บริการเองมีความต้องการด้านระบบการกำกับดูแลสื่อที่ดี และเป็นไปโดยมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกันกับบริบทของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ณ ปัจจุบัน หน่วยงานกำกับดูแลสื่ออย่าง สำนักงาน กสทช. มุ่งเน้นเพียงการกำกับ หรือสร้างข้อจำกัดต่อระบบนิเวศของสื่อในลักษณะที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับการปกป้องสิทธิของผู้ใช้งานปลายทางมากนัก

- มาตรฐานการดำเนินงาน หรือหลักการในการดำเนินงานที่ถูกต้อง และเป็นสากลสำหรับสื่อใหม่ คือ อีกปัจจัยสำคัญที่ควรได้รับการตระหนักโดยหน่วยงานกำกับดูแลสื่อ กล่าวคือ การจัดฝึกอบรมที่ครอบคลุมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านั้น ในมิติด้านการคำนึงถึงผลกระทบจากการเข้าถึงและบริโภคสื่อ ผู้ให้บริการด้านสื่อควรพิจารณา รวมถึงคำนึงถึงสิทธิ โอกาส ข้อจำกัด ตลอดจนข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับบุคคลในกลุ่มเปราะบาง อาทิ กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มบุคคลชายขอบ และกลุ่มความหลากหลายทางเพศ ซึ่งกลุ่มบุคคลดังกล่าวควรได้รับการตระหนัก ความเคารพ และการนำเสนออย่างถูกต้อง เหมาะสม เช่นกรณี สรรพนามที่ใช้เรียกแทนกลุ่ม เป็นต้น โดยรายละเอียดดังกล่าวนี้สอดคล้องกันกับการเคลื่อนไหวทางสังคมโดยตรง

3) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม กรุงเทพมหานคร

- ควรให้คำอธิบายเกี่ยวกับ Slacktivism เพิ่มเติมว่า เป็นการรวมกลุ่มกันของนายทุน ผู้บริจาค NGOs ซึ่งเป็นกำลังสำคัญที่ช่วยหล่อเลี้ยงกลุ่ม Youtuber บนแพลตฟอร์ม Youtube นอกจากนี้ อีกหนึ่งประเด็นที่น่าตั้งคำถามต่อยอด คือ เรื่องการควบคุมสื่อ ในประเด็นความจำเป็นที่ต้องควบคุมสื่อหรือไม่ ดังนั้น ในมิติด้านแนวคิดเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคม และสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสังคมไทย “ความปลอดภัย” “พ.ร.บ. สื่อใหม่” และ “Censorship” “การควบคุมสื่อ” รวมไปถึงการนิยาม ตีความ หรืออธิบายเกี่ยวกับคำศัพท์ และแนวคิดที่เกี่ยวข้องถือเป็นประเด็นเพิ่มเติมที่ควรได้รับความสนใจ

- เสนอความคิดเห็น ดังนี้ 1) แพลตฟอร์มสื่อโซเชียลมีเดีย อย่าง Facebook ปรับลดการแสดงเนื้อหาทางการเมืองในบางประเทศ เช่น แคนาดา บราซิล และอินโดนีเซีย จึงต้องการทราบถึงการรายงานข่าวที่เป็นลักษณะการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนี้ที่ต้องทำงานด้วยวิธีการปรับตัวต่อ Algorithm เมื่อประเทศไทยเกิดการดำเนินการลักษณะดังกล่าวขึ้นมา สื่อจะมีช่องทางการนำเสนออย่างไรบ้างให้แพร่หลายและเข้าถึงกลุ่มคนได้มากที่สุด 2) สื่อหลักยังทำหน้าที่เจาะลึกประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมไม่มากเท่าที่ควรนัก จึงเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้ผู้คนสนใจและเชื่อมั่นการนำเสนอประเด็นข่าวนี้จากสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์มากกว่า

- เสนอความคิดเห็นต่อเรื่องวิธีการทำงานและจรรยาบรรณสื่อ อันส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของสำนักสื่อเอง ในท้ายที่สุดแล้วความพยายามควบคุมสื่อของภาครัฐโดยใช้กฎหมายอาจยังไม่ใช่วิธีการที่เหมาะสมทั้งหมด

- กล่าวถึงผลกระทบของการหลอมรวมสื่อ ในแง่ของพฤติกรรมเลียนแบบของเด็กและเยาวชนไทย เป็นผลมาจากความรวดเร็วด้านการนำเสนอของสื่อใหม่ที่ไม่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง ความรุนแรงของเนื้อหาอย่างเหมาะสมก่อนเผยแพร่ จึงทำให้เกิดปัญหาลักษณะดังกล่าวอันมีที่มาจากสื่อนั่นเอง

**2.2.2 ความเห็นต่อเนื้อหาด้านกฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม**

2.2.2.1 ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ

1) กลุ่มนักวิชาการจังหวัดเชียงใหม่

- ควรเพิ่มเติมเนื้อหาด้านกฎหมาย อาทิ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ และข้อควรปฏิบัติของกลุ่มคนที่ใช้งานโซเชียลมีเดียในแต่ละแพลตฟอร์ม อย่างเช่น มาตรฐานชุมชน (Community Standard) รวมถึงกฎหมายที่สื่อควรรู้เมื่อถูกคุกคาม จะดำเนินการต่อสู้และปกป้องตนเองอย่างไร

2) กลุ่มนักวิชาการจังหวัดขอนแก่น

- ในปัจจุบัน จรรยาบรรณสื่อมวลชนมุ่งเน้นการปกป้องสิทธิส่วนบุคคล อาทิ การเบลอหน้า การเอ่ยชื่อ รายละเอียดเหล่านี้นั้น ยังคงขาดทั้งประสิทธิภาพและมาตรฐาน กล่าวคือ สื่อแต่ละประเภทมุ่งเน้นการนำเสนอโดยการอ้างอิงศักยภาพของตนเอง ซึ่งอาจเป็นไปโดยไม่ถูกต้อง รวมถึงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้คนในสังคม ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อเกิดการผลิตสื่อซ้ำในกรณีดังกล่าว หรือการนำชุดข้องมูลที่มีอยู่เดิมไปอ้างอิงสังคมจึงได้รับชุดข้อมูลที่อาจเป็นเท็จ รวมถึงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลอื่นไปด้วย ในท้ายที่สุดแล้วการกระทำในลักษณะดังกล่าวจะสร้างวงจรการไหลเวียนของข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบเชิงลบอย่างร้ายแรงต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมได้ เนื่องด้วยปัจจัยด้านกลไกของการสร้าง นำเข้า และส่งต่อข้อมูลที่ขาดประสิทธิภาพ

3) กลุ่มนักวิชาการกรุงเทพมหานคร

ควรเพิ่มการศึกษาเพิ่มเติมถึงกระบวนการใช้ “กฎหมายปิดปาก” สื่อ มีรูปแบบหรือวิธีการอย่างไร นอกจากนี้ประเด็นของ “Slap Law” ที่ถูกปรับใช้เพื่อจำกัดการสื่อสารมวลชนประเภทสื่อใหม่โดยภาครัฐ และภาคเอกชน ซึ่งเปรียบได้กับ “สิ่งใหม่” สำหรับสื่อสารมวลชนประเภทเก่า / การคุกคามสื่อโดยการปรับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปรับใช้วาทะกรรม “Freedom of Speech” เป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญด้วยเช่นเดียวกัน

การอธิบายถึงการเคลื่อนไหวทางสังคม คือ ทางเลือกสุดท้ายของบุคคลที่ปราศจากศักยภาพในการต่อสู้ ซึ่งกลายเป็นประเด็นที่มีความเป็นนามธรรมมากขึ้น ดังนั้น สื่อควรมี Public Sphere มากขึ้น (กฎหมายวิชาชีพสื่อ, การพัฒนาสื่อท้องถิ่น, Skills Development Media Literacy Digital Literacy Social Change สื่อกับการเปลี่ยนแปลงสังคม etc.)

2.2.2.2 ความเห็นจากกลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

1) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. จังหวัดเชียงใหม่

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

- ควรเพิ่มเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ PDPA ในมิติของงานสื่อสารมวลชนซึ่งเป็นประกาศที่เพิ่งบังคับใช้

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง

- ณ ปัจจุบัน ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงได้รับการประสานจากหน่วยงานด้านความมั่นคงเพื่อขอความร่วมมือไม่ให้มีความเห็นต่อประเด็นที่อาจก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวทางสังคม จึงต้องกำกับตนเองในการผลิตหรือถ่ายทอดเนื้อหารายการอยู่แล้ว

2) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. จังหวัดขอนแก่น

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

- ยกตัวอย่างกรณีของ สถานีโทรทัศน์ ThaiPBS แม้ทางสถานีจะมีกรอบการนำเสนอข้อมูล กรอบจรรยาบรรณในการดำเนินงาน และขอบเขตการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรด้านสื่อ อย่างไรก็ตาม ในมิติด้านการนำเสนอข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการสัมภาษณ์ การแสดงชื่อของบุคคลผู้ถูกสัมภาษณ์ถือเป็นหนึ่งในขั้นตอนการนำเสนอ กลับขัดแย้งกับหลักการปกป้องสิทธิ์ของผู้คนในสังคม อีกนัยหนึ่งกระบวนการทางกฎหมายและแนวปฏิบัติด้านสื่อ ในบริบทของประเทศไทย ยังคงขาดประสิทธิภาพ และมาตรฐานที่ถูกต้อง
- ข้อเสนอต่อหลักจรรยาบรรณการดำเนินการด้านสื่อ มีสาระสำคัญว่า บุคลากรด้านสื่อควรได้รับการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบโดยหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจุดประสงค์ต่อการปกป้องทั้งสิทธิของบุคคลที่ได้รับการอ้างอิงและบุคลากรด้านสื่อ ผู้ซึ่งมีหน้าที่นำเสนอข้อมูลตามหลักจรรยาบรรณโดยปราศจากความกังวล หรือความเสี่ยงจากการถูกฟ้อง ถูกทำร้าย หรือว่าร้าย เนื่องด้วยองค์ประกอบของข้อมูลที่อาจขัดแย้งกับความต้องการของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยในกรณีนี้สภาพแวดล้อมสื่อของสังคมไทย ณ ปัจจุบัน มีลักษณะที่มุ่งเน้นการกำกับดูแลกันเอง ทั้งในมิติด้านการแชร์ข้อมูล กฎเกณฑ์ ข้อบังคับและแนวปฏิบัติ ซึ่งมีข้อจำกัดด้านการกำหนดบทลงโทษที่ถูกต้องและเป็นมาตรฐาน
- เมื่อปราศจากมาตรฐานที่ถูกต้อง ในมิติด้านการเคลื่อนไหวทางสังคมในบริบทของประเทศไทย ส่วนของกฎหมายพ.ร.บ. คุ้มครองเด็ก และประเด็นเรื่องสิทธิเด็กมักกลายเป็นสิ่งที่ถูกละเมิดและไม่ได้รับการคุ้มครองอย่างถูกต้องตามสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มุมมองการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน ผู้ซึ่งมีความเกี่ยวข้องหรือเป็นผู้เคลื่อนไหวทางสังคม

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง

- ต้องการให้มีการถ่ายทอดเนื้อหาด้านกฎหมายที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีการยกตัวอย่างกรณีศึกษาประกอบหลากหลายมิติ อาทิ การเคลื่อนไหวทางสังคมในท้องถิ่น การดำเนินงานของกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคม หลักปฏิบัติที่ชัดเจนในการเปิดเผยข้อมูลของบุคคลที่ปรากฏในข่าว

3) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. กรุงเทพมหานคร

● กล่าวถึงการบริหารจัดการ กระบวนการดำเนินการ หรือวิสัยทัศน์ในฐานะสื่อสารมวลชนของสื่อประเภทเก่า ที่ไม่อาจครอบคลุมประเด็นทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องด้วยปัจจัย และบริบทด้านใบอนุญาต จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจด้านสื่อในหลากหลายมุมมองอย่างรอบด้านมากขึ้น อาทิ พันธกิจหลักของแต่ละสถานีโทรทัศน์ ที่ไม่อาจครอบคลุมการนำเสนอข่าวอย่างรอบด้านได้

● กล่าวถึงข้อบังคับ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ เป็นผลต่อการนำเสนอข่าวสารอย่างครอบคลุมครบทุกด้านก็ต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ สิ่งสำคัญที่ควรเน้นย้ำ คือ การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่ว่าสื่อสำนักใดจะเป็นผู้ทำข่าว ซึ่งสื่อควรจะให้ความเป็นธรรมเรื่องข่าวสารกับประชาชนทุกคนอย่างทั่วถึง

2.2.2.3 ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ

1) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ จังหวัดขอนแก่น

● การจัดตั้งสมาคมถือเป็นกระบวนการดำเนินการที่เกิดขึ้นได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสื่อใหม่ เนื่องจากปัจจัยด้านความหลากหลาย ทั้งในมิติด้านแหล่งที่มา ศักยภาพ หรือต้นทุนเดิม และแนวทางการสร้างสรรค์สื่อ ดังนั้น สำนักงาน กสทช. ควรพิจารณาริเริ่มกระบวนการกำกับดูแลในลักษณะเดียวกันกับสื่อประเภทวิทยุ กล่าวคือ มุ่งดูแล ส่งเสริม และสนับสนุนการบริการที่ถูกต้องโดยปราศจากการบังคับและจับผิด

2) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ กรุงเทพมหานคร

● แสดงความคิดเห็นว่า การมีกฎหมายควบคุมสื่อเปรียบดั่งดาบสองคม ส่งผลต่อเรื่องการแสดงออกและการสื่อสารข่าวสารไปยังประชาชนถูกจำกัดลง เนื่องจากขาดอิสระจากการถูกควบคุมโดยหน่วยงาน กสทช. กฎหมายกับจริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่ดำเนินไปอย่างควบคู่กัน เสนอให้เพิ่มเติม “กฎหมายปิดปาก” ที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือฟ้องร้องหมิ่นประมาท

● มุมมอง ทัศนคติ และระเบียบสำหรับสื่อใหม่ กล่าวคือ ความเปลี่ยนแปลงที่กำลังริเริ่มและสั่งสมอิทธิพล ซึ่งอาจก่อให้เกิดความกลัว ความกังวล จนเกิดเป็นสร้างหลักจรรยาบรรณในลักษณะที่อาจประกอบไปด้วยการจำกัดเสรีภาพสื่อในทัศนะของสื่อใหม่ ความเข้าใจในบริบทของกฎหมายที่ควรประกอบไปด้วยการแยกแยะ และแจกแจงว่ากฎหมายไม่ดีนั้นไม่ดีอย่างไร

2.2.2.4 ความเห็นจากกลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม

1) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม จังหวัดเชียงใหม่

● ควรเพิ่มเติมผลการศึกษาถึงความยืดหยุ่นของกระบวนการทางกฎหมายกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร กระบวนการทางกฎหมายควรมีความยืดหยุ่นต่อการปรับใช้ในท้องที่

● ควรเพิ่มผลการศึกษาขอบเขตการใช้กฎหมาย ความกว้างของการใช้กฎหมายที่มากเกินไป หรือการใช้กฎหมายอย่างคลุมเครือ ไม่เฉพาะเจาะจงเป็นกรณีไป แต่ใช้ข้อกฎหมายหนึ่งในเชิงเหมารวม

- กรณีกฎหมายอาญา มาตรา 112 ที่ถูกบังคับใช้ โดยที่ผู้แจ้งเป็นผู้ใดก็ได้ จึงเป็นสิ่งที่น่ากังวลเป็นอย่างยิ่งต่อแนวทางการตีความและใช้กฎหมายเกินขอบเขต รวมทั้ง พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ที่ถูกนำมาใช้อย่างคลุมเครือด้วยเช่นกัน ดังนั้นควรเพิ่มเติมเนื้อหาในเรื่องของการยกกรณีศึกษาที่สามารถระบุได้ชัดเจนต่อแนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องที่กระทำได้และกระทำไม่ได้
- ควรเพิ่มเติมการศึกษาเนื้อหาจากกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยในส่วนที่กล่าวถึงสิทธิ เสรีภาพ การแสดงออกของประชาชน
- การตีความความหมายของการหมิ่นประมาท มีการกระทำที่เข้าข่ายหมิ่นประมาทจริงหรือไม่ โดยกฎหมายที่บังคับใช้นั้นพิจารณาจากสิ่งใด อาทิ หลักฐาน หรือสิ่งอื่น ๆ อีกหรือไม่ ในบางครั้งสื่อมวลชนก็ประสบปัญหาในลักษณะที่ไม่ทราบว่าสิ่งที่ตนเองรายงานไปนั้น เข้าข่ายความผิดหมิ่นประมาทหรือไม่
- ควรเพิ่มเติมการศึกษาประเด็นการที่สื่อถูกคุกคามจากภาครัฐ เช่น ถูกเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทหาร ตามถ่ายรูปสื่อมวลชน เชื่อมโยงไปถึงกฎหมาย พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act: PDPA) แต่ทั้งนี้มีข้อยกเว้นและความชอบธรรมที่จะกระทำได้ หากมีจุดประสงค์เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีงามของสังคม
- ควรเพิ่มเติมการศึกษาการบังคับใช้กฎหมายต่อ Admin page บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น ที่มาของการมีอำนาจให้เจ้าหน้าที่เข้าตรวจยึดอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
- ควรเพิ่มเติมการศึกษาที่มาของบางข้อกฎหมาย ที่มักไม่อนุญาตให้ประกันตัว เช่น กฎหมายอาญา มาตรา 112
- ควรเพิ่มเติมการศึกษารายละเอียดและแนวปฏิบัติของคดีหมิ่นประมาทที่สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น
- ควรเพิ่มเติมกฎหมายพ.ร.บ.จดแจ้งการพิมพ์
- ควรเพิ่มเติมการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการแจ้งความดำเนินคดีออนไลน์ (คดีความผิดที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์)

2) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม จังหวัดขอนแก่น

- ในเบื้องต้น สำนักงาน กสทช. ควรมุ่งเน้นการกำกับดูแลด้านการสร้างสรรค์และการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งครอบคลุมทั้งประเภทเนื้อหา คุณภาพของเนื้อหา วิธีการนำเสนอ และบริบทด้านการสื่อสารผ่านการสนทนาอย่างจริงจัง เนื่องจากเนื้อหาถือเป็นหลักสำคัญสำหรับการบริโภคสื่อในทุกช่องทาง
- ความคิดเห็นด้านเนื้อหา หรือชุดข้อมูลที่ประกอบไปด้วยความบิดเบือน หรือการจูงใจในเชิงลบ จากปฏิบัติการ “IO” หรือกระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีจุดประสงค์ หรือแรงจูงใจที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงลบต่อทั้งตัวบุคคลรวมไปถึงสังคม ดังนั้น สำนักงาน กสทช. ควรพิจารณาสร้างสรรค์

และปรับใช้มาตรการ หรือแนวปฏิบัติใด ๆ ด้วยมาตรฐานการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อจากหน่วยงาน หรือองค์กรด้านสื่อเช่นเดียวกัน

3) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม กรุงเทพมหานคร

- การแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับบริบทของการเคลื่อนไหว ประเด็นสังคม "Slap Law" พ.ร.บ. NTO ตลอดจนการปรับใช้กฎหมาย และการเลือกปฏิบัติ ยกตัวอย่างเช่น การนำพ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ไปใช้ฟ้องร้องในกรณีกฎหมายหมิ่นประมาท ซึ่งผิดหลักการบังคับใช้กฎหมายอย่างไม่ถูกต้อง นอกจากนี้ ควรมีการจัดอบรม Work Shop ในฐานะสื่อมวลชน เพื่อจุดประสงค์ในการศึกษา ตระหนัก และรักษาจรรยาบรรณสื่อผ่านการปรับแก้ และขยายมุมมองในฐานะสื่อ

- ยกตัวอย่าง "การใช้กฎหมายปิดปาก" สื่อมวลชน จากการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน ออกคำสั่งเหนือกฎหมาย และขัดกับรัฐธรรมนูญโดยรัฐเพื่อการปิดเพจสื่อใหม่ โดยปราศจากความช่วยจาก สำนักงาน กสทช. เพื่อการรักษาเสรีภาพสื่อ แม้ศาลจะยกฟ้อง แต่อย่างไรก็ตาม สื่อใหม่กลายเป็น "คู่ขัดแย้งของรัฐ" ที่ต้องมีการดำเนินการท่ามกลางความกังวล และจำเป็นต้องเซ็นเซอร์ตัวเอง จึงจะเท่ากับการคุ้มครองสิทธิ์ เสรีภาพของสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิบัติงานนอกสถานที่ที่ต้องเผชิญกับความขัดแย้ง และการใช้อำนาจเหนือกฎหมายโดยเจ้าหน้าที่ หรือตำรวจ (มาตรฐานการบังคับใช้กฎหมายทั้งในเชิงนโยบาย และเชิงปฏิบัติ ที่มักเป็นไปโดยการอ้างอิง หรือการตีความของเจ้าหน้าที่ปลายทางโดยปราศจากมาตรฐาน)

- ควรเพิ่มการอธิบายบริบทแวดล้อม (ปัจจัยที่เป็นชนวนให้เกิดข้อเรียกร้อง) ข้อเท็จจริงของการบังคับ หรือนัยยะเบื้องหลังการใช้กฎหมายในลักษณะของนโยบายที่ถูกนำมาบังคับในลักษณะที่พร่ำเพรื่อเป็นระลอก ส่งผลให้กลายเป็นกฎหมายที่มุ่งโจมตี และจำกัดเฉพาะสื่อใหม่เท่านั้น ยกตัวอย่าง มาตรา112 เป็นกฎหมายสำหรับบุคคลที่ใช้แพลตฟอร์มสื่อในการกล่าวถึงการดำเนินการของรัฐที่มุ่งจับคนที่ว่าร้ายรัฐ การประกาศเกี่ยวกับขอบเขตการบังคับใช้กฎหมาย และการตีความกฎหมายที่ชัดเจนและมีมาตรฐาน รวมถึงการเลือกคำในการนำเสนอข่าวที่เอนเอียงและเน้นการอ้างอิงบริบทแวดล้อมทางการเมืองในลักษณะที่ว่าร้ายฝ่ายตรงข้ามรัฐ นอกจากนี้ เสนอให้เพิ่มที่มาของกฎหมายที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือจัดการผู้เห็นต่างของภาครัฐด้วย

- เสนอให้ปรับการใช้คำที่เป็นกลางต่อเนื้อหาการเคลื่อนไหวทางสังคมในกรณีต่าง ๆ

- มองว่าสื่อหลักเลือกที่จะเมินเฉยและละเลยการวิพากษ์วิจารณ์การดำเนินการของรัฐ มุ่งโจมตี หรือฟ้องร้องบุคคลที่นำเสนอข่าวเกี่ยวกับการละเมิดกฎหมายโดยรัฐ นอกจากนี้ หน่วยงาน กสทช. ต้องให้ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบสื่อ รวมไปจนถึงการจัดตั้งสมาคมเพื่อสนับสนุนเสรีภาพสื่อ

**2.2.3 ความเห็นต่อเนื้อหาด้านผลการสำรวจความคิดเห็นด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม**

2.2.3.1 ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ

1) กลุ่มนักวิชาการจังหวัดเชียงใหม่

- ควรเพิ่มเติมส่วนความคิดเห็นของกลุ่มแอดมินเพจเคลื่อนไหวทางสังคม ในฐานะผู้ขับเคลื่อนประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ในแง่การมีความคิดเห็นอย่างไรต่อข้อจำกัดการรายงานข่าวประเด็นนี้ผ่านสื่อใหม่ โดยอาจใช้เครื่องมืออย่างการทำแบบสอบถามเพื่อให้ได้รับคำตอบส่วนนี้
- ควรเพิ่มเติมเนื้อหาลักษณะการเปิดรับสื่อ ในแง่ของความต้องการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร ณ ปัจจุบันเป็นอย่างไร รวมไปถึงความพึงพอใจและประสบการณ์มีส่วนร่วมต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของผู้รับสารเป็นอย่างไร
- การจำแนกผลการศึกษาตามลักษณะของแต่ละช่วงวัย โดยเฉพาะประเด็นมุมมองต่อความน่าเชื่อถือและความเป็นกลางของสื่อแต่ละประเภท
- ลักษณะการครอบครองอุปกรณ์รับสื่อ นำไปสู่การมีบทบาทที่นำไปใช้อย่างไร ผู้ใช้อุปกรณ์รับสื่อเป็นทั้งผู้รับและส่งสารด้วยหรือไม่

2) กลุ่มนักวิชาการจังหวัดขอนแก่น

- ต้องการให้มีการจำแนกผลที่สามารถรับทราบถึงความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มนักเรียน มีความแตกต่างจากกลุ่งวันทำงานหรือไม่ อย่างไร
- ประเด็นการครอบครองสื่อ ควรมีการศึกษาพฤติกรรมวัตถุประสงค์ของการใช้งานประกอบด้วย

3) กลุ่มนักวิชาการกรุงเทพมหานคร

- ปัญหาเรื่องเครื่องมือรับโทรทัศน์กับช่องทางออนไลน์ในแบบสอบถาม มองว่ายังไม่ชัดเจน ยกตัวอย่างรายการ เรื่องเล่าเช้านี้ที่เปิดผ่านทางโทรทัศน์กับรายการเรื่องเล่าเช้านี้ที่เปิดผ่านทาง YouTube Live โดย 2 อย่างนี้จัดเป็นประเภทเดียวกันไหม ดังนั้น ควรแบ่งแยกนิยามให้ชัดเจน
- ปัญหาเรื่องของปริมาณเวลาที่ใช้ในการรับสื่อแบบ Offline และ Online ควรเพิ่มเติมช่วงอายุเข้าไปด้วย เพื่อดูว่าแต่ละช่วงอายุมีพฤติกรรมการรับสื่ออย่างไร ซึ่งอาจจะทำให้ข้อมูลชัดเจนยิ่งขึ้น
- ควรเพิ่มเติมนิยามของวัยทำงานตอนต้น ตอนกลาง และตอนปลายให้ชัดเจน
- การแบ่งกลุ่มเป้าหมายยังไม่ชัดเจนว่าแบ่งจากช่วงอายุ ระดับการศึกษา หรือสถานะอื่น ๆ
- ปัญหาเรื่องคำถามประสบการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมเหตุใดถึงมีให้เลือกตอบว่า ไม่แสดง ความคิดเห็น เพราะอาจจะวัดค่าทางสถิติยาก

- คำถามที่ถามในแบบสอบถามควรอธิบายให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจคำถามมากขึ้น เช่น ความแตกต่างระหว่างทีวีดิจิทัล ทีวีเคเบิล เป็นต้น
- นิยามของคำว่าสื่อกับนิยามของคำว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมยังไม่ชัดเจน ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการตอบแบบสอบถาม
- ผลของแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลภาคประชาชนที่เป็นผู้รับสื่อจะเชื่อมโยงอย่างไรกับหลักสูตรที่จะใช้อบรมสื่อ ควรเก็บข้อมูลประชากรที่เป็นสื่อมากกว่าการเก็บข้อมูลจากภาคประชาชน
- ในแบบสอบถามมีมุมมองเรื่องของการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นลบ เนื่องจากข้อคำถามมีคำว่าเป็นกลาง ความน่าเชื่อถือ และการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งคำเหล่านี้มีทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นลบ ในขณะที่ขัดแย้งต่อหลักสูตรที่จะอบรมสื่อที่มีทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นบวกที่นำเสนอว่าในปัจจุบันการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นสิ่งที่สื่อควรให้ความสำคัญ
- แบบสอบถามมีคำว่าความขัดแย้งภายในครอบครัว ซึ่งคำว่าความขัดแย้งนำไปสู่ความคิดเชิงลบได้ง่าย ซึ่งการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลง การได้รับสิทธิ์ที่ควรจะได้ ดังนั้นการเคลื่อนไหวทางสังคมควรที่จะเป็นไปในทิศทางบวก
- สถิติที่ใช้เป็นเชิงพรรณนา ควรจะออกแบบสอบถามให้มีความสัมพันธ์กัน เช่น คำตอบออกมาว่า ความน่าเชื่อถือของสื่อส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม ดังนั้นถ้าความน่าเชื่อถือสูงส่งผลต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมสูง นอกจากนี้ การเปิดรับสื่อควรวิเคราะห์ในเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมือง ถ้าสมมุติเปิดรับสื่อออนไลน์มากสุด เพราะมีผลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ส่งผลให้อาจมีการจัดการอบรมเฉพาะสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ

2.2.3.2 ความเห็นจากกลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

1) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. จังหวัดเชียงใหม่

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

- ต้องการให้ระบุวัตถุประสงค์ของการใช้งานที่ละเอียดขึ้น เพื่อให้สื่อท้องถิ่นสามารถเข้าใจได้ว่าจะเกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างไร
- มีความกังวลต่อความน่าเชื่อถือของผลการรวบรวมข้อมูลของโปรแกรมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เนื่องจากไม่สามารถพิจารณาความเป็นกลาง และการกระทำของผู้ที่เผยแพร่เนื้อหาได้

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง

- ต้องการให้มีการยกตัวอย่างการระบุเจาะจงผลการสำรวจในท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ว่าสามารถทำได้หรือไม่

2) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. จังหวัดขอนแก่น

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

- ต้องการให้เสนอข้อมูลจำแนกแต่ละช่วงวัย และมีข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้นสำหรับแต่ละประเภทของเนื้อหาในหมวดกิจการโทรทัศน์

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง

- ต้องการให้มีการยกตัวอย่างการระบุเจาะจงผลการสำรวจในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่นว่าสามารถทำได้หรือไม่

3) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. กรุงเทพมหานคร

- แบบสอบถามควรแยกให้ชัดเจนว่าเป็นการใช้สื่อดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์หรือระบุแบบเจาะลึกลงไปว่ารับชมสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มใด เพื่อที่จะทำให้การเก็บข้อมูลชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2.3.3 ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ

1) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ จังหวัดเชียงใหม่

- ควรเพิ่มเติมเนื้อหาด้านระดับการมีส่วนร่วมในการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มผู้เคลื่อนไหว

2) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และสมาคมวิชาชีพสื่อ จังหวัดขอนแก่น

- ความคิดเห็นสำหรับบุคคลกลุ่มเปราะบางที่มีความหลากหลายทางเพศ ประเด็นด้านการเคลื่อนไหวทางสังคมนั้นถือเป็นประเภทเนื้อหา หรือชุดข้อมูลสำคัญที่บุคคลกลุ่มเปราะบางที่มีความหลากหลายทางเพศมักเลือกเข้าถึงผ่านระบบออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับแพลตฟอร์ม Facebook ที่นับเป็นสื่อสังคมยุคใหม่ กล่าวคือ เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ถูกนำมาใช้เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับบริบทของสังคมไทย สำหรับการสร้างสรรค์ เผยแพร่ และส่งต่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันกับการเคลื่อนไหวทางสังคม ส่งผลให้ประเด็นหรือชุดข้อมูลด้านการเคลื่อนไหวทางสังคม สำหรับบุคคลกลุ่มเปราะบางที่มีความหลากหลายทางเพศนั้น มีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.2.3.4 ความเห็นจากกลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม

1) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม จังหวัดเชียงใหม่

- ควรเพิ่มเติมการขยายผลความแตกต่างเรื่องอายุ ช่องว่างระหว่างวัย (Generation Gap) แสดงให้เห็นกระบวนการคิดที่แตกต่างกันแม้จะอยู่ในเรื่องเดียวกันก็ตาม
- ควรเพิ่มเติมผลการวิเคราะห์อัลกอริทึ่ม (Algorithm) ของสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ วิธีการเลือกเนื้อหาแต่ละชุดออกมานำเสนอต่อผู้รับสารเป็นอย่างไร กระบวนการนำเสนอเนื้อหามาที่หน้าฟีด (Feed) ของผู้ใช้งานแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียนั้น ได้รับการคัดเลือกและถูกวิเคราะห์มาอย่างไร
- ในส่วนการสำรวจควรขยายความความน่าเชื่อถือและความเป็นกลาง แจกแจงเป็นระดับอายุ

2) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม กรุงเทพมหานคร

- ด้านมิติของการเคลื่อนไหวทางสังคม ต้องทราบผลการวิเคราะห์ที่ลงรายละเอียดจำแนกกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

**2.2.4 ความเห็นต่อเนื้อหาด้านการจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชน**

2.2.4.1 ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ

1) กลุ่มนักวิชาการจังหวัดเชียงใหม่

- ในด้านการจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชนควรเพิ่มเนื้อหาในเรื่องของเนื้อหาต้นฉบับดั้งเดิม (Original content) ที่ไม่เน้นเรื่องของการทำ Social Listening เพียงอย่างเดียว
- ควรเพิ่มเติมการศึกษาเรื่องคุณประโยชน์ของการใช้ Social Listening เพื่อให้สื่อท้องถิ่นได้ทำความเข้าใจมากขึ้น
- ควรเพิ่มเติมการปรับแต่งการทำ Social Listening ที่ระบุขอบเขตเป็นพื้นที่ท้องถิ่น หรือภูมิภาค
- ควรเพิ่มเติมวิธีของการดูเทรนด์บน Social Listening ว่าแสดงผลข้อเท็จจริงมากน้อยเพียงใด (Fact Checking)
- ควรเพิ่มเติมเรื่อง Data Gathering ในยุคสื่อใหม่ ที่เป็นเนื้อหาที่ครอบคลุมทั้ง Social Listening และเพิ่ม Fact-Checking เข้ามาหลังจากได้ผลการศึกษาส่วนของ Social Listening

2) กลุ่มนักวิชาการจังหวัดขอนแก่น

- ในมิติหนึ่ง Social Listening ถือเป็นช่องทางการเข้าถึงสื่อ หรือชุดข้อมูลของเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันกับช่วงอายุของผู้บริโภคสื่อ ดังนั้น กระบวนการกำกับดูแลจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับวิถีการบริโภคสื่อผ่านมิติด้าน Social Listening ของเด็กและเยาวชนที่อาจเป็นไปโดยขาดวิจารณญาณและความถูกต้อง

3) กลุ่มนักวิชาการกรุงเทพมหานคร

- การใช้ Social Listening ไม่ได้ตอบโจทย์การนำเสนอข่าวของสื่อในปัจจุบัน

2.2.4.2 ความเห็นจากกลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช.

1) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. จังหวัดเชียงใหม่

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

- ในด้านการจัดทำ Social Listening สำหรับสื่อสารมวลชนควรขยายความหมายของ Social Listening ให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการอบรมเข้าใจมากขึ้นถึงความสัมพันธ์ในการนำมาใช้ทำงานข่าว

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง

- ลักษณะการใช้งานไม่เหมาะกับงานกระจายเสียง เนื่องจากต้องการความรวดเร็วและไม่มีการใช้ภาพประกอบในการนำเสนอ จึงอาจทำให้ไม่สามารถสื่อสารเนื้อหาที่เกิดจาก Social Listening

ได้ง่ายนัก อย่างไรก็ตามหากสามารถจัดทำกรณีศึกษาให้เห็นภาพการใช้งาน จะสามารถรับรู้และเข้าใจถึงประโยชน์ได้มากขึ้น

2) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. จังหวัดขอนแก่น

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

- การดำเนินงานของต้นสังกัดในส่วนกลาง ได้มีการสนับสนุนโปรแกรมช่วยในการวิเคราะห์ข่าวอยู่แล้ว จึงค่อนข้างเข้าใจแนวคิดของการใช้งาน และมองว่าสามารถช่วยสนับสนุนการทำงานได้เช่นเดียวกัน

ความเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง

- ด้วยข้อจำกัดทางต้นทุนในการประกอบกิจการ หากสามรถเข้าใช้งานโปรแกรมได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ก็มีความเห็นว่ามีโอกาสที่จะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่องานข่าวได้

3) กลุ่มสื่อภายใต้กำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. กรุงเทพมหานคร

- สื่อกระแสหลักมีการปรับใช้ Social Listening ในการสร้างกลยุทธ์เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

2.2.4.3 ความเห็นจากกลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม

1) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม จังหวัดเชียงใหม่

- ความกังวลต่อผลของการใช้ Social Listening เพื่อนำไปใช้ในการค้าเชิงพาณิชย์ ควรเพิ่มเนื้อหาในเรื่องของข้อควรระวังในการใช้ เนื่องจากระบบมีส่วนกำหนดการสื่อสาร มีผลต่อรายได้และสวัสดิภาพของทุกคนที่เกี่ยวข้อง

2) กลุ่มสื่อใหม่ เครือข่ายภาคประชาสังคม กรุงเทพมหานคร

- ข้อจำกัดด้าน Human Errors เช่น คนที่คีย์ข้อมูลจะมีคีย์เวิร์ดที่จำกัด นอกจากนี้ยิ่งเป็นข่าวเร่งด่วน Social Listening จะเป็นข้อจำกัดมาก เพราะขาดความ Up to Date และใช้ทรัพยากร กล่าวคือ ไม่สามารถทำเป็น Day-to-Day ได้
- การใช้ Social Listening จะต้องเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่และมีงบประมาณ ซึ่งสื่อใหม่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของกำลังคนที่จะทำข่าว ดังนั้น จึงไม่ได้ใช้ Social Listening ในการทำข่าวรูปแบบ Day-to-Day ได้
- ควรนำเสนอเนื้อหาในด้านของการปรับใช้ Social Listening ในการเขียนงานหรือการนำเสนอข้อมูลมากกว่ากระบวนการดำเนินงานของ Social Listening

## 3. การปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม”

จากการสรุปผลการจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิพากษ์และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ได้นำมาสู่การสรุปเป็นประเด็นดังนี้

### 3.1 การสรุปประเด็นปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม”

เมื่อทำการประมวลความคิดเห็นการวิพากษ์จากการจัดประชุมกลุ่ม 3 พื้นที่ คือ จังหวัดเชียงใหม่จังหวัดขอนแก่นและกรุงเทพมหานคร จึงสรุปประเด็นความเห็นร่วมกันของทุกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการประเมินประเด็นการปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ดังแสดงการสรุปประเด็นจำแนกเป็นรายหมวดเนื้อหา และจำแนกผลทั้ง 3 พื้นที่ ดังนี้

ตารางที่ 32 แสดงประเด็นการปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ดังแสดงการสรุปประเด็นจำแนกเป็นรายหมวดเนื้อหา และจำแนกผลทั้ง 3 พื้นที่

| **สรุปประเด็นในการวิพากษ์จากการจัดประชุมกลุ่ม 3 พื้นที่** | | |
|---|---|---|
| **จังหวัดเชียงใหม่** | **จังหวัดขอนแก่น** | **กรุงเทพมหานคร** |
| **ประเด็นปรับปรุงเนื้อหาส่วนที่ 1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม** | | |
| 1. นิยามการเคลื่อนไหวทางสังคม และยกตัวอย่างสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมให้ชัดเจน<br>2. การรู้เท่าทันสื่อ Media Literacy<br>3. แนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม<br>4. การกำกับดูแลสื่อ<br>5. มาตรฐานชุมชน (community standard) ของแพลตฟอร์มต่าง ๆ | 1.ระบบการตรวจสอบของแพลตฟอร์มออนไลน์ (Community Standard)<br>2.แนวทางคำนึงถึงผลกระทบจากการรับสื่อ<br>-สิทธิ์<br>-โอกาส<br>-ข้อจำกัดต่อกลุ่มเปราะบาง | 1. ความรู้เกี่ยวกับ Algorithm ในการแสดงผลของ Social Platform<br>2. การกำกับดูแล<br>- กสทช<br>- สื่อกำกับดูแลกันเอง<br>- Community Standard<br>3. นิยามของกลุ่มที่เคลื่อนไหวทางสังคมออนไลน์<br>Social Activism” “Digital Sphere” และ “Online Activism”<br>4. การแยกประเภทสื่อ<br>5. แนวคิดที่ชัดเจนของ Concept Social Movement<br>-New Social Movement มากกว่ารัฐ เป็นกระแสสังคมด้วย<br>6.ประเด็น “สิทธิเสรีภาพ” ต้องมาพร้อม “ความรับผิดชอบ” เสรีภาพ |

| สรุปประเด็นในการวิพากษ์จากการจัดประชุมกลุ่ม 3 พื้นที่ | | |
|---|---|---|
| **จังหวัดเชียงใหม่** | **จังหวัดขอนแก่น** | **กรุงเทพมหานคร** |
| | | จาก รัฐธรรมนูญ / ความรับผิดชอบ มาจาก จรรยาบรรณ<br>7. พรบ. ควบคุมสื่อ --> พ.ร.บ. ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน<br>8. ประเภทของสื่อภายใต้กำกับดูแล เช่น ใบอนุญาตประเภทสาธารณะ ธุรกิจ / ชุมชน ในกรณีที่ช่องธุรกิจไม่ได้นำเสนอประเด็น Social Movement อย่างละเอียด |
| ประเด็นปรับปรุงเนื้อหาส่วนที่ 2 กฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม | | |
| 1. พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์<br>2. พ.ร.บ.จดแจ้งการพิมพ์<br>3. รัฐธรรมนูญที่กล่าวถึงสิทธิ เสรีภาพ และการแสดงออกของประชาชน<br>4. พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล PDPA | 1.พ.ร.บ.คุ้มครองเด็ก - สิทธิเด็ก<br>2.จรรยาบรรณสื่อที่มุ่งเน้นการปกป้องสิทธิส่วนส่วนบุคคล เช่น การเบลอหน้า / เอ่ยชื่อ<br>3.การนำเสนอข่าว โดยคำนึงถึงสิทธิ์ ปกป้องสิทธิ์ของผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ | 1. แนวคิด Freedom of Speech<br>2. กรณีศึกษา กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่นำเสนอข่าวที่เป็นการเคลื่อนไหวของเยาวชน กรณีศึกษาเยาวชนที่ถูกละเมิด<br>3. การเพิ่ม Story ประกอบกฎหมาย ต้องใช้เคสที่คู่ขัดแย้งเป็นรัฐบาล ไม่ใช้ราชวงศ์<br>4. เพิ่มมิติที่มาของกฎหมาย แต่ละ พ.ร.บ ว่าทำไมถึงร่างขึ้นมา เกิดจากเหตุใด<br>5. ตรวจสอบการใช้คำให้เป็นกลาง เช่น ถ้าเคสที่ยกตัวอย่างมา ยังไม่ได้ตัดสิน ต้องใช้คำว่า ถูกกล่าวหาว่า.......<br>6.กฎหมายปิดปาก (Slap Law) |
| ประเด็นปรับปรุงเนื้อหาส่วนที่ 3. ผลการสำรวจความเห็นด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม | | |
| 1. ต้องการทราบข้อมูลเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อให้มากขึ้น | | 1. แสดงวิธีการเก็บข้อมูลให้ชัดเจน ว่าเก็บด้วยวิธีการใด และแสดงช่องทางเข้าชมแบบสอบถาม |

| สรุปประเด็นในการวิพากษ์จากการจัดประชุมกลุ่ม 3 พื้นที่ | | |
|---|---|---|
| **จังหวัดเชียงใหม่** | **จังหวัดขอนแก่น** | **กรุงเทพมหานคร** |
| 2. การจำแนกผลแต่ละประเด็นตามกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือและด้านความเป็นกลาง<br>3. ระดับความมีส่วนร่วมของการเคลื่อนไหวทางสังคม | | 2. แสดงผลที่จำแนกรายกลุ่มเป้าหมายต่อข้อคำถามต่าง ๆ<br>3. หาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น การเปิดรับสื่อกับการแสดงออกถึงการเคลื่อนไหวทางสังคม |
| **ประเด็นปรับปรุงเนื้อหาส่วนที่ 4 การจัดทำ Social Listening  สำหรับสื่อสารมวลชน** | | |
| 1. แสดงการตั้งค่าโปรแกรมที่สามารถจำแนกถึงระดับภูมิภาคได้<br>2. เพิ่มเติมความหมายและประโยชน์ของ Social Listening ให้สื่อสามารถเข้าใจได้มากขึ้น<br>3. การทำ Fact Checking เมื่อได้ข้อมูลจาก Social Listening แล้ว | 1.การทำ Social Listening โดยมุ่งเน้นการเจาะประเด็นเด็กและเยาวชน<br>2.กสทช. พิจารณา/ปรับใช้มาตรการดูแลเนื้อหา/ข้อมูลบิดเบือนจาก “IO” | 1. เน้นการใช้งานที่มีความเหมาะสมกับการนำไปใช้ทำบทความประเภทบทวิเคราะห์ หรือสกู๊ป<br>2. เคส Social Listening<br>เคสหนึ่ง เยาวชนปลดแอก เรียกร้องสามข้อ ยุบสภา / หยุดคุกคามประชาชน / ร่าง รธน. ปี 60 เคส สอง ทางเพศ |

**3.2 การศึกษาเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม”**

จากการประเมินประเด็นการปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ที่มีที่มาจากการรับฟังความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 พื้นที่ จึงนำมาสู่การศึกษาเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงเนื้อหาด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม” ตามกรอบที่ได้กำหนดประเด็นดังนี้

**ประเด็นปรับปรุงเนื้อหาส่วนที่ 1 “แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม”**

จากการวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้อง จึงทำการกำหนดประเด็นศึกษาเนื้อหาเพิ่มเติมดังนี้

1) สิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ

1.1) สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560

1.2) สาระสำคัญเรื่องสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย

1.3) สิทธิและเสรีภาพของสื่อสารมวลชน

1.4) สิทธิและเสรีภาพของกลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคม

2) การกำกับดูแลสื่อ

2.1) การกำกับดูแลสื่อของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

2.2) กลไกการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) และการจัดการขององค์กรวิชาชีพ

2.3) มาตรฐานชุมชน (Community Standard) บนแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม

3.) นิยามกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมออนไลน์

3.1) พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere)

3.2) ยุคใหม่ของสิทธิมนุษยชน สื่อ เทคโนโลยี และโลกดิจิทัล (Digital Sphere)

3.3) การเคลื่อนไหวทางดิจิทัล (Digital Activism)

3.4) Online Activism และการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย

4) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

5) การเปรียบเทียบการเคลื่อนไหวทางสังคมดั้งเดิม (Old Social Movement) กับ การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (New Social Movement)

5.1) คุณสมบัติของการเคลื่อนไหวทางสังคม (Features of Social Movements)

5.2) หมวดหมู่ของการเคลื่อนไหวทางสังคม (Categories of Social Movements)

5.3) การเคลื่อนไหวทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Movement and Social Change)

5.4) พลวัตของการเคลื่อนไหวทางสังคม (The Dynamics of Social Movements)

5.5) การเปลี่ยนแปลงในการเป็นผู้นำและสมาชิกกลุ่มการเคลื่อนไหว (Progressive Changes in Leadership and Membership)

5.6) การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (New Social Movement)

5.7) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่ากับรูปแบบใหม่ (Different between Old and New Social Movement)

6) การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล (Media and Information Literacy: MIL)

7) ผลกระทบจากสื่อใหม่

8) ความรู้เกี่ยวกับ Algorithm ในการแสดงผลของ Social Platform

9) Slacktivism กรณีศึกษาในประเทศไทย

**ประเด็นปรับปรุงเนื้อหาส่วนที่ 2 “กฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม”**

**จากการวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้อง จึงทำการกำหนดประเด็นศึกษาเนื้อหาเพิ่มเติมดังนี้**

1) เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (Freedom of Speech)

1.1) ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

1.2) รัฐธรรมนูญในหมวด 3 เรื่องสิทธิเสรีภาพของปวงชนชาวไทย

2) การดำเนินคดีเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในประเด็นสาธารณะ หรือ Strategic Lawsuits Against Public Participation (SLAPP)

3) ความแตกต่างระหว่างสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ กับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

4) กรณีศึกษากลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาในคดีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประมวลกฎหมายอาญากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

4.1) ประมวลกฎหมายอาญา

4.2) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่

4.3) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

5) เรื่องกำหนดระดับเสียงของเครื่องขยายเสียงที่ใช้ในการชุมนุมสาธารณะ

6) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

6.1) กฎหมายเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์

6.2) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

6.3) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550

6.4) สิทธิเด็กและการคุ้มครองทางกฎหมาย

7) กรณีศึกษาสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ และไม่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ

**3.2.1 เนื้อหาส่วนที่ 1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม**

**3.2.1.1 สิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ**

เมื่อกล่าวถึงสิทธิ (Right) และเสรีภาพ (Liberty) ประกอบคู่กันแล้วอาจทำให้เข้าใจว่าสิทธิและเสรีภาพเป็นเรื่องเดียวกัน สืบเนื่องจากมุมมองเพียงว่าบุคคลได้แสดงออกซึ่งใช้สิทธิและเสรีภาพออกไปอย่างไร และมีผู้มาโต้แย้งการใช้สิทธิและเสรีภาพของบุคคลผู้นั้นหรือไม่ โดยอาจไม่ได้พิจารณาถึงเนื้อหาในสิ่งที่กฎหมายรับรองให้นั้นถือเป็น “สิทธิ” หรือเป็น “เสรีภาพ” ในความเป็นจริง สิทธิกับเสรีภาพมีความแตกต่างกัน[232]

การกล่าวอ้างว่าบุคคลใดมีสิทธิหรือมีเสรีภาพอย่างหนึ่งอย่างใดที่จะกระทำการต่าง ๆ ตามที่กฎหมายรับรองไว้นั้น จะก่อให้เกิดผลเหมือนกัน คือ ทำให้เกิดความชอบธรรมในการใช้อำนาจ ขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดหน้าที่แก่บุคคลอื่นที่จะต้องเคารพสิทธิและเสรีภาพของบุคคลผู้นั้นด้วย[233]

สำหรับแนวความคิดเรื่องของสิทธิเสรีภาพของมนุษย์ เริ่มปรากฏขึ้นตั้งแต่ในยุคกรีก โดยอริสโตเติล กล่าวไว้ว่า “มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีเหตุผล ย่อมมีเสรีภาพในการเลือก ด้วยเหตุผลที่ถูกต้องย่อมช่วยให้เขาเข้าถึงธรรมชาติได้ และ ณ จุดนี้เองคือเสรีภาพที่ยิ่งใหญ่ของมนุษย์” โดยแนวความคิดนี้ถือว่า มนุษย์นั้นมีเสรีภาพอยู่แล้วตามกฎธรรมชาติ ภายใต้เหตุผลที่ถูกต้องเนื่องจากภูมิปัญญาของมนุษย์ ต่อมาเริ่มมีแนวความคิดว่ามนุษย์ตามธรรมชาตินั้นมีสิทธิเสรีภาพมาก และเมื่อทุกคนมีสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกัน ก็ไม่มีอำนาจในการบังคับซึ่งกันและกันหากไม่มีการลดเสรีภาพของแต่ละคนลงมา การกระทบกระทั่งตลอดจน

---

[232] พงษ์พิลัย วรรณราช. (ม.ป.ป.). “สิทธิ” และ “เสรีภาพ” แท้จริงแล้วเหมือนหรือต่างกันอย่างไร. สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. http://web.krisdika.go.th/data/activity/act83.htm#_ftn1

[233] เรื่องเดียวกัน

การขัดแย้งก็จะเกิดขึ้นในสังคมได้ ผู้อ่อนแอต้องตกเป็นทาสและถูกจำกัดเสรีภาพหมด การมีเสรีภาพโดยไม่มีขอบเขตจึงเป็นเหตุใหญ่ให้เกิดการไร้เสรีภาพ การเข้ามารวมเป็นสังคมยอมรับอำนาจการเมืองเหนือตนเป็นรูปแบบการปกครองต่าง ๆ ก็เพื่อให้อำนาจสูงสุดนั้นสูงเหนือทุกคนเป็นกรรมการคอยรักษากติกาไม่ให้ผู้เข้มแข็งกว่าใช้เสรีภาพโดยไม่มีขอบเขตรังแกผู้อ่อนแอกว่า หลักการของสิทธิและเสรีภาพโดยเจตนารมณ์ร่วมกันของปวงชนนั้นจึงพัฒนาเรื่อยมาสู่ยุคปัจจุบัน โดยมีการกำหนดวางหลักของสิทธิและเสรีภาพ เงื่อนไขและหลักการจำกัดสิทธิของประชาชน โดยถือว่าการที่ราษฎรต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งรัฐธรรมนูญระบอบประชาธิปไตยนั้น เพราะประสงค์จะให้ตนมีสิทธิและเสรีภาพนั่นเอง ซึ่งรัฐธรรมนูญลายลักษณ์อักษรของประเทศต่าง ๆ ในปัจจุบันจะมีบทบัญญัติกำหนดเรื่องสิทธิและเสรีภาพไว้ทั้งสิ้น[234]

**1) สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560**

นับแต่ประเทศไทยเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2475 ได้มีการประกาศใช้ รัฐธรรมนูญฉบับถาวรและฉบับชั่วคราวมาแล้วทั้งสิ้น 20 ฉบับ ซึ่งฉบับที่บังคับใช้ในปัจจุบัน คือ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 โดยมีผลบังคับใช้ ถือเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ สิ่งหนึ่งที่แสดง ความเป็นกฎหมายสูงสุดของรัฐธรรมนูญ คือ กฎหมายใด ๆ ที่ใช้บังคับหรือจะใช้บังคับนั้น จะขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญซึ่งเป็นแม่บทนั้นมิได้ เรียกว่า “หลักความชอบด้วยกฎหมาย” ซึ่งหลักการนี้ได้รับรองไว้ตั้งแต่ในรัฐธรรมนูญฉบับแรกจนถึงปัจจุบัน มีบทบัญญัติไว้ในมาตรา 5 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ว่า “รัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ บทบัญญัติใดของกฎหมาย กฎหรือข้อบังคับ หรือการกระทำใด ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ บทบัญญัติหรือการกระทำนั้นเป็นอันใช้บังคับมิได้”[235] ตั้งแต่วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา

การคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนได้มีการนำมาบัญญัติไว้เป็นครั้งแรกใน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรสยาม พ.ศ. 2475 โดยบัญญัติไว้ในหมวด 2 สิทธิและหน้าที่ของชนชาวสยาม วางหลักไว้อย่างกว้างว่า “บุคคลย่อมมีเสรีภาพบริบูรณ์ในการถือศาสนาหรือลัทธิ ใด ๆ และมีเสรีภาพในการปฏิบัติพิธีกรรมตามความเชื่อถือของตน เมื่อไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อหน้าที่ของพลเมืองและไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมของประชาชน” และ “ภายในบังคับแห่ง กฎหมาย บุคคลย่อมมีเสรีภาพบริบูรณ์ในร่างกาย เคหสถาน ทรัพย์สิน การพูด การเขียน การโฆษณา การศึกษาอบรม การประชุมโดยเปิดเผย การตั้งสมาคม การอาชีพ”[236] แม้ว่าจะวางหลักไว้อย่างกว้างเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ แต่ในเมื่อไม่มีกฎหมายมารองรับ ในบางเรื่องจึงมีการละเมิดจนเกิดผลเสียต่อการปกครอง นับแต่นั้นเป็นต้นมา ในการจัดทำ

---

[234] เรื่องเดียวกัน

[235] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560, 6 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก. หน้า 4.

[236] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรสยาม พ.ศ. 2475. (2475, 10 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 49. หน้า 536.

รัฐธรรมนูญแต่ละฉบับ ผู้ที่เกี่ยวข้องจะคำนึงถึงการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนเป็นประการสำคัญเสมอมา เพราะมองว่าสิทธิและเสรีภาพเป็นเกียรติยศและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์[237]

**2) สาระสำคัญเรื่องสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย**

คำว่า "สิทธิเสรีภาพ" ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ คำว่า "สิทธิ" และ คำว่า "เสรีภาพ" ซึ่งแต่ละคำจะมีความหมายเฉพาะ กล่าวคือ "สิทธิ" หรือ "สิทธิ์" ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง อำนาจอันชอบธรรม[238] เช่น บุคคลมีสิทธิและหน้าที่ตามรัฐธรรมนูญ รวมถึงอำนาจที่จะกระทำการใด ๆ ได้อย่างอิสระ โดยได้รับการรับรองจากกฎหมาย

ดังนั้น สิทธิและเสรีภาพ จึงมีความแตกต่างกันอยู่สองประเด็น คือ ประเด็นแรก คือ "สิทธิ" เป็นประโยชน์ที่ต้องมีกฎหมายรับรองและคุ้มครองไว้บุคคลจึงจะเกิดมีสิทธิเช่นนั้นได้ แต่ถ้ากฎหมายไม่ได้ให้การรับรองหรือคุ้มครองประชาชนก็จะไม่มีสิทธิเช่นนั้น ในขณะที่ "เสรีภาพ" เป็นภาวะโดยอิสระของมนุษย์ แม้จะไม่มีกฎหมายรับรองหรือคุ้มครองไว้ บุคคลก็ยังคงมีเสรีภาพนั้น ประเด็นที่สอง คือ "สิทธิ" ที่รัฐให้การรับรองและคุ้มครองแล้วนั้น รัฐมีหน้าที่โดยเฉพาะเจาะจงที่จะต้องทำให้ประชาชนได้รับสิทธินั้น ในขณะที่ "เสรีภาพ" นั้น รัฐไม่มีหน้าที่ที่จะต้องจัดหาให้แต่อย่างใด[239]

**3) สิทธิและเสรีภาพของสื่อสารมวลชน**

สิทธิเสรีภาพสื่อยุคปัจจุบันได้ถูกรับรองใน มาตรา 34 และ มาตรา 35 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560[240] อธิบายหลักสาระสำคัญไว้ดังนี้

มาตรา 34 บัญญัติว่า "บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน

เสรีภาพทางวิชาการย่อมได้รับความคุ้มครอง แต่การใช้เสรีภาพนั้นต้องไม่ขัดต่อหน้าที่ของปวงชนชาวไทยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และต้องเคารพและไม่ปิดกั้นความเห็นต่างของบุคคลอื่น"

มาตรา 35 บัญญัติว่า "บุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

---

237 พงษ์ธวัฒน์ บุญพิทักษ์. (ม.ป.ป.). สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. สำนักกฎหมาย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1728

238 ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

239 สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. (2558). รวมบทความวิชาการ ชุดที่ 12 ศาลรัฐธรรมนูญกับการคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพของประชาชนภายใต้รัฐธรรมนูญ. พี.เพรสจำกัด.

240 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560, 6 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก. หน้า 9-10.

การสั่งปิดกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นเพื่อลิดรอนเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้

การให้นำข่าวสารหรือข้อความใด ๆ ที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนจัดทำขึ้นไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนนำไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์หรือสื่อใด ๆ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในระหว่างเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะสงคราม

เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย

การให้เงินหรือทรัพย์สินอื่นเพื่ออุดหนุนกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นของเอกชน รัฐจะกระทำมิได้ หน่วยงานของรัฐที่ใช้จ่ายเงินหรือทรัพย์สินให้สื่อมวลชนไม่ว่าเพื่อประโยชน์ในการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการอื่นใดในทำนองเดียวกันต้องเปิดเผยรายละเอียดให้คณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินทราบตามระยะเวลาที่กำหนดและประกาศให้ประชาชนทราบด้วย

เจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพตามวรรคหนึ่ง แต่ให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์และภารกิจของหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่ด้วย

อย่างไรก็ดี การรับรองหลักการ "เสรีภาพสื่อ" ที่เป็นบทบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 พบว่า มีเนื้อความแตกต่างกันในรายละเอียดจากรัฐธรรมนูญฉบับอื่นที่ผ่านมา อาทิ จากเดิมรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 บัญญัติรับรองเสรีภาพสื่อในมาตรา 41 บัญญัติว่า "พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือ วิทยุโทรทัศน์ย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าว และแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญ โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อาณัติของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเจ้าของกิจการนั้น แต่ต้องไม่ขัดต่อจรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพ"[241] ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 46 บัญญัติเนื้อความไว้เช่นเดียวกัน แต่เพิ่มคำว่า "หรือสื่อมวลชนอื่น"[242] เข้าไปหลังคำว่าวิทยุโทรทัศน์เพื่อขยายความรับรองเสรีภาพสื่อในกิจการสื่ออื่น ๆ

นอกจากนี้ ขณะที่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ใช้ข้อความว่า "บุคคลที่ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน" ส่วนของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ได้ใช้ข้อความระบุและจำแนกประเภทสื่อไว้อย่างละเอียดรัดกุมว่า "พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์" ซึ่งต่อมารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ได้เพิ่มคำว่า "หรือสื่อมวลชนอื่น" ตามมาอีกถ้อยคำหนึ่งทำให้ตีความหมายได้กว้างขึ้น จึงจะเห็นได้ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ฉบับที่บังคับใช้ในปัจจุบันนี้ รับรองเสรีภาพสื่อมวลชนไว้โดยมีขอบเขตอย่างกว้าง ขณะเดียวกันก็ไม่เจาะจงรายละเอียด[243]

---

[241] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540. (2540, 11 ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 114 ตอนที่ 55 ก. หน้า 9.

[242] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550. (2550, 24 สิงหาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 47 ก. หน้า 14

[243] iLaw. (2563, 15 เมษายน). สรุปรัฐธรรมนูญ 2560 : เสรีภาพการแสดงความเห็น-วิชาการ-สื่อมวลชน ตั้งแต่ปี 40 หลักการเดิม แต่รายละเอียดเปลี่ยน. https://ilaw.or.th/node/5610

iLaw
เปรียบเทียบเสรีภาพ
แสดงความเห็น-วิชาการ-สื่อมวลชน
หลักการคงเดิมแต่รายละเอียดเปลี่ยนไป
สรุป รัฐธรรมนูญ 2560

| | รัฐธรรมนูญ 2540 | รัฐธรรมนูญ 2550 | รัฐธรรมนูญ 2560 |
|---|---|---|---|
| **เสรีภาพแสดงความเห็น** | | | |
| ข้อยกเว้นการใช้เสรีภาพ | o รักษาความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน o คุ้มครองสิทธิ หรือเสรีภาพของบุคคลอื่น o ป้องกันสุขภาพของประชาชน | | |
| | + คุ้มครองเกียรติยศ, สิทธิในครอบครัว, ชื่อเสียง และความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอื่น + ป้องกันความเสื่อมทรามทางจิตใจของประชาชน | | – |
| **เสรีภาพทางวิชาการ** | | | |
| คุ้มครองการศึกษาอบรม การเรียนการสอน | ✓ | ✓ | – |
| คุ้มครองการวิจัย และเผยแพร่งานวิจัย | ✓ | ✓ | – |
| ข้อยกเว้นการใช้เสรีภาพ | ขัดต่อหน้าที่ของพลเมือง และศีลธรรมอันดีของประชาชน | | |
| | – | – | + ปิดกั้นความเห็นต่างของบุคคลอื่น |
| **เสรีภาพสื่อมวลชน** | | | |
| ห้ามแทรกแซงเสรีภาพสื่อ | – | ✓ | – |
| ห้ามรัฐ เจ้าของกิจการ นักการเมือง แทรกแซงสื่อ | – | ✓ | – |

– หมายถึง ไม่ได้ระบุไว้ในรัฐธรรมนูญส่วนนี้

ภาพที่ 225 ตารางแสดงการเปรียบเทียบเสรีภาพทางความคิดเห็น วิชาการ และสื่อมวลชน ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 2550 และ 2560

ที่มา : www.ilaw.or.th/node/5610

โดยสรุปแล้ว ในภาพรวมของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 เน้นความสำคัญในเรื่องของวิชาชีพสื่อมวลชนเพิ่มมากขึ้น หน่วยงานของรัฐสามารถอุดหนุนกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชน แต่ต้องเปิดเผยรายละเอียดให้คณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินทราบตามระยะเวลาที่กำหนดและประกาศให้ประชาชนทราบ ตามเนื้อความที่ระบุในมาตรา 35 รวมถึงสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะ ในครอบครองของหน่วยของรัฐเปลี่ยนไปเป็นสภาพบังคับที่รัฐต้องเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานของรัฐต้องจัดให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูล หรือข่าวสารดังกล่าวได้โดยสะดวก ตามเนื้อความที่ระบุในมาตรา 59 อีกด้วย[244]

---

[244] ประชาไท. (ม.ป.ป.). สื่อมวลชนในรัฐธรรมนูญ 2560. https://prachatai.com/journal/2017/04/71173

### 4) สิทธิและเสรีภาพของกลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคม

พลเมืองที่ดี คือ พลเมืองที่เข้าใจในสิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ดี ทั้งยังต้องตระหนักถึงสิทธิและความรับผิดชอบของตนเช่นเดียวกัน ซึ่งสิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบได้ถูกตีความและต่อยอดให้สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยมากขึ้น[245]

สิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน เป็นพันธกิจของรัฐบาลต้องมีหน้าที่ต้องปกป้องและส่งเสริม สิทธิบางอย่างถูกบัญญัติไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญของประเทศ ขณะที่สิทธิบางประการถูกรับรองไว้ในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ซึ่งตั้งอยู่บนหลักการเรื่องอิสรภาพ ความเท่าเทียม และความเสมอภาค เช่น เสรีภาพในการแสดงความเห็น เสรีภาพในการรวมกลุ่มและการสมาคม เสรีภาพสื่อ เสรีภาพในการนับถือศาสนา เสรีภาพในความเป็นส่วนตัว อย่างไรก็ดี สิทธิมีข้อจำกัดโดยต้องมาพร้อมกับความรับผิดชอบในการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมและหลักจริยธรรม เช่น การเคารพสิทธิ ความเชื่อ และความเห็นของผู้อื่น[246]

สำหรับกลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคม หรือในบางครั้งสื่อมวลชนรวมถึงประชาชนทั่วไปมักเรียกว่า “กลุ่มผู้ชุมนุม” คือ กลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันชุมนุม เพื่อดำเนินการตามจุดประสงค์ เจตนารมณ์ อุดมการณ์ ความคิด ความเชื่อ ฯลฯ มักปรากฏในลักษณะของความต้องการเรียกร้องผลประโยชน์บางอย่างให้เกิดขึ้นกับกลุ่มของตนหรือเกิดขึ้นกับประชาชนทุกคนในสังคม จะพบได้ว่าการเรียกร้องดังกล่าวมักเป็นการส่งเสียงไปยังรัฐบาลเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่การเรียกร้องบางประเด็นก็อาจไม่ได้เรียกร้องไปยังรัฐบาล แต่เป็นการมุ่งสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดขึ้นแก่สังคมส่วนรวมด้วยเช่นกัน ผ่านรูปแบบวิธีการที่หลากหลาย เช่น การชุมนุมปักหลักลงพื้นที่เชิงกายภาพ หรือการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือเคลื่อนไหวในประเด็นทางการเมือง สังคม คุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ ฯลฯ ซึ่งไม่ว่าจะมีลักษณะของการชุมนุมประท้วง ชุมนุมเรียกร้อง หรือชุมนุมเพื่อแสดงจุดยืนต่อความคิดต่าง ๆ ลักษณะรวมถึงรูปแบบวิธีการเหล่านี้ล้วนเป็นการแสดงออกถึงการเคลื่อนไหวทางสังคมทั้งสิ้น

การชุมนุมไม่ว่าจะเป็นการประท้วงทางการเมือง การเดินขบวนด้านวัฒนธรรม การรวมตัวทางอินเทอร์เน็ต หรือรูปแบบการชุมนุมอื่นใดเพื่อเป้าประสงค์ร่วมกัน ต่างเป็นองค์ประกอบสำคัญของสังคมพหุนิยมที่เติบใหญ่ขึ้น เสรีภาพในการชุมนุมโดยสงบจึงเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎบัตรระหว่างประเทศ ภูมิภาค ในประเทศ และแม้กระทั่งกฎหมายในท้องถิ่น รัฐบาลควรอำนวยให้เกิดการคุ้มครองการใช้สิทธิขั้นพื้นฐานด้วยวิธีประการต่าง ๆ รวมทั้งการกำหนดกรอบกฎหมายที่เกื้อหนุน[247]

---

[245] ThaiDigizen. (ม.ป.ป.). สิทธิและความรับผิดชอบแห่งศตวรรษที่ 21. https://thaidigizen.com/digital-citizenship/ch4-digital-rights-and-responsibilities/

[246] กระทรวงการต่างประเทศ. (2551). ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน Universal Declaration of Human Rights. กรมองค์การระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ.

[247] International Center For Not-For-Profit Law (ICNL). (n.d.) . Freedom of Assembly. https://www.icnl.org/our-work/freedom-of-assembly

ในทางเดียวกัน เสรีภาพในการชุมนุมได้รับรองว่า บุคคลสามารถรวมตัวและพบปะกันทั้งในที่สาธารณะหรือส่วนตัว การชุมนุมอาจเป็นพื้นที่เพื่อกดดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และเพื่อสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาที่สำคัญต่อพวกเขา โดยอาจเป็นประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน สิทธิทางสังคม เศรษฐกิจ หรือประเด็นอื่น ๆ ด้วย[248] ซึ่งรัฐบาลควรมีความรับผิดชอบโดยต้องประกันให้มีการคุ้มครองสิทธิที่จะมีเสรีภาพในการชุมนุม แม้ว่าการชุมนุมเคลื่อนไหวจะเป็นการรวมตัวกันของบุคคลเพื่อประท้วงต่อต้านนโยบายของรัฐบาลก็ตาม สิทธิที่จะชุมนุมโดยสงบครอบคลุมถึงสิทธิที่จะเลือกที่ชุมนุมและเวลาการชุมนุมได้อย่างเสรี โดยอาจเป็นถนนหลวง ถนนอื่นใดและพื้นที่สาธารณะ รวมถึงสิทธิที่จะชุมนุมเคลื่อนไหวทางอินเทอร์เน็ตบนสื่อโซเชียลมีเดียต้องได้รับการคุ้มครองอย่างเต็มที่ด้วยเช่นกัน[249]

นอกจากนี้ กลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคมในสถานะเป็นพลเมืองของรัฐ ก็ย่อมได้รับการคุ้มครองจากกฎหมายไม่แตกต่างจากบุคคลทั่วไปในสังคม ทั้งนี้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560[250] ได้ระบุบทบัญญัติถึงสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย ที่ให้สิทธิและเสรีภาพของการแสดงออกทางความคิดเห็นรวมถึงการกระทำที่ได้รับความชอบธรรมทางกฎหมาย โดยบัญญัติไว้ในมาตราต่าง ๆ อธิบายหลักสาระสำคัญไว้ดังนี้

มาตรา 25 บัญญัติว่า สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย นอกจากที่บัญญัติคุ้มครองไว้เป็นการเฉพาะในรัฐธรรมนูญแล้ว การใดที่มิได้ห้ามหรือจำกัดไว้ในรัฐธรรมนูญหรือในกฎหมายอื่น บุคคลย่อมมีสิทธิและเสรีภาพที่จะทำการนั้นได้และได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ ตราบเท่าที่การใช้สิทธิหรือเสรีภาพ เช่นว่านั้นไม่กระทบกระเทือนหรือเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และไม่ละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น

สิทธิหรือเสรีภาพใดที่รัฐธรรมนูญให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ หรือให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กฎหมายบัญญัติ แม้ยังไม่มีการตรากฎหมายนั้นขึ้นใช้บังคับ บุคคลหรือชุมชนย่อมสามารถใช้สิทธิหรือเสรีภาพนั้นได้ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ

บุคคลซึ่งถูกละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพที่ได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ สามารถยกบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญเพื่อใช้สิทธิทางศาลหรือยกขึ้นเป็นข้อต่อสู้คดีในศาลได้

บุคคลซึ่งได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพหรือจากการกระทำความผิดอาญาของบุคคลอื่น ย่อมมีสิทธิที่จะได้รับการเยียวยาหรือช่วยเหลือจากรัฐตามที่กฎหมายบัญญัติ

มาตรา 27 บัญญัติว่า บุคคลย่อมเสมอกันในกฎหมาย มีสิทธิและเสรีภาพและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกันชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน

---

[248] Human Right House Foundation. (n.d.). Freedom of assembly. https://humanrightshouse.org/we-stand-for/freedom-of-assembly/

[249] เรื่องเดียวกัน.

[250] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560, 6 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก. หน้า 7-12.

การเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคล ไม่ว่าด้วยเหตุความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมืองอันไม่ขัดต่อบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ หรือเหตุอื่นใด จะกระทำมิได้

มาตรา 28 บัญญัติว่า บุคคลย่อมมีสิทธิและเสรีภาพในชีวิตและร่างกาย

การจับและการคุมขังบุคคลจะกระทำมิได้ เว้นแต่มีคำสั่งหรือหมายของศาลหรือมีเหตุอย่างอื่นตามที่กฎหมายบัญญัติ

การค้นตัวบุคคลหรือการกระทำใดอันกระทบกระเทือนต่อสิทธิหรือเสรีภาพในชีวิตหรือร่างกายจะกระทำมิได้ เว้นแต่มีเหตุตามที่กฎหมายบัญญัติ

การทรมาน ทารุณกรรม หรือการลงโทษด้วยวิธีการโหดร้ายหรือไร้มนุษยธรรมจะกระทำมิได้

มาตรา 34 วรรคหนึ่ง บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน

มาตรา 44 บัญญัติว่า บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการชุมนุมโดยสงบและปราศจากอาวุธ

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยสาธารณะ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น

สืบเนื่องในแง่เดียวกัน หากการเคลื่อนไหวทางสังคมไม่ว่าจะมีลักษณะและรูปแบบใดก็ตาม เป็นไปอย่างสงบเรียบร้อย สันติวิธี ก็ยังเข้าเงื่อนไขได้รับการคุ้มครองสิทธิ “การชุมนุมโดยสงบ” ตามหลักสากลว่าด้วยการชุมนุมสาธารณะ ซึ่งเป็นสิทธิที่ถูกรับรองไว้ในกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง (International Covenant on Civil and Political Rights หรือ ICCPR) เป็นข้อตกลงระหว่างประเทศที่ประเทศสมาชิกจะต้องเคารพและประกันสิทธิเสรีภาพดังกล่าวให้กับบุคคล และประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีที่มีผลบังคับใช้มาตั้งแต่วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2543 อีกด้วย[251]

ทั้งนี้ สิทธิในการชุมนุมโดยสงบถูกบรรจุไว้ใน ICCPR ข้อที่ 21 ซึ่งระบุว่า “สิทธิในการชุมนุมโดยสงบย่อมได้รับการรับรอง การจำกัดการใช้สิทธินี้จะกระทำมิได้นอกจากจะกำหนดโดยกฎหมายและเพียงเท่าที่จำเป็นสำหรับสังคมประชาธิปไตย เพื่อประโยชน์แห่งความมั่นคงของชาติ หรือความปลอดภัยความสงบเรียบร้อย การสาธารณสุข หรือศีลธรรมของประชาชนหรือการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของบุคคลอื่น”[252]

---

[251] iLaw. (2564, 7 สิงหาคม). เปิด "หลักสากล" ว่าด้วยการชุมนุมสาธารณะ. https://ilaw.or.th/node/5936

[252] United Nations. (2020, September 17). International Covenant on Civil and Political Right. in Human Rights Committee General Comment No. 37 on Article 21 (Right of peaceful assembly).

ดังนั้น กลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคมในฐานะที่เป็นพลเมืองของรัฐ ย่อมมีสิทธิและเสรีภาพต่อการแสดงออกทางความคิดเห็นและการกระทำได้ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยที่ระบุบทบัญญัติหมวดเป็นความชอบธรรมที่จะกระทำได้ ตราบเท่าที่ไม่ขัดแย้งต่อรัฐธรรมนูญรวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้ควบคุมสถานการณ์บ้านเมืองให้อยู่ในความสงบเรียบร้อยและไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดีงาม รวมถึงการแสดงออกดังกล่าวจะต้องไม่เข้าข่ายละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่นให้เป็นไปตามการคุ้มครองสิทธิในการชุมนุมโดยสงบอีกด้วยเช่นกัน

ภาพที่ 226 สรุปเหตุในการจำกัดเสรีภาพตามมาตรา 25 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560

ที่มา : www.ilaw.or.th/node/4206

ภาพที่ 227 สรุปสาระสำคัญ “หลักสากล” ว่าด้วยการชุมนุมสาธารณะ

ที่มา : www.ilaw.or.th/node/5936

กรณีตัวอย่างการเคลื่อนไหวทางสังคมที่อาจเข้าข่ายการละเมิดสิทธิและเสรีภาพการใช้ชีวิตของประชาชนทั่วไป เช่น เนื้อหาจากกรณีพาดหัวข่าว “แกงแล้วแกงอีก! ม็อบประกาศรวมตัว อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ มุ่งหน้าราบหนึ่ง”[253] เป็นเหตุการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคม สืบเนื่องกรณีกลุ่มเยาวชนปลดแอกและแนวร่วม อาทิ คณะรณรงค์เพื่อรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน (ครช.) กลุ่มฟื้นฟูประชาธิปไตย DRG เครือข่ายรามคำแหงเพื่อประชาธิปไตย กลุ่มทะลุฟ้า ศาลายาเพื่อประชาธิปไตย สหภาพคนทำงาน และ SUPPORTER THAILAND นัดหมายชุมนุมที่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ในวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2564 เวลา 13.00 น. ทำให้เกิดการปิดการจราจรบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง และมีการตรึงกำลังรักษาความสงบของเจ้าหน้าที่ตำรวจอยู่โดยรอบ แต่ในเวลาราว 12.40 น. ของวันเดียวกันนี้ เพจเฟซบุ๊กเยาวชนปลดแอกได้โพสต์ข้อความว่า “แกงหม้อใหญ่มุ่งหน้ายึดทำเนียบ” ซึ่งหมายถึงการประกาศเคลื่อนพลจากเดิมที่แจ้งว่านัดหมายชุมนุมบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ก่อนจะเคลื่อนขบวนชุมนุมไปที่พระบรมมหาราชวัง ได้เปลี่ยนจุดหมายไปยังทำเนียบรัฐบาลแทน ซึ่งการกระทำดังกล่าวอาจถือว่ากลุ่มเคลื่อนไหวมีสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออกทางความคิดเห็น รวมถึงการรวมตัวชุมนุมตามหลักสิทธิมนุษยชนและสิทธิอันชอบธรรมที่ระบุเป็นบทบัญญัติไว้ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยก็ตาม แต่ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวอาจเข้าข่ายละเมิดสิทธิและเสรีภาพการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วไป เนื่องจากกลุ่มผู้ชุมนุมประกาศเปลี่ยนพื้นที่การชุมนุมอย่างกะทันหัน โดยไม่ได้ประกาศรายละเอียดการชุมนุมเพิ่มเติมอย่างเรื่องระยะเวลาการชุมนุมหรือบริเวณพื้นที่ชุมนุมโดยรอบ อาจส่งผลกระทบต่อการจัดระเบียบกิจวัตรประจำวันและการใช้ชีวิตของประชาชนทั่วไปที่ไม่ประสงค์เกี่ยวข้องกับการชุมนุมครั้งนี้แต่อย่างใด

ภาพที่ 228 ตัวอย่างข่าวกลุ่มม็อบเยาวชนปลดแอกประกาศเปลี่ยนพื้นที่นัดชุมนุม
ที่มา : www.www.matichon.co.th/politics/news_2872136

[253] Matichon Online. (2021, 7 สิงหาคม). แกงแล้วแกงอีก! ม็อบประกาศรวมตัว อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ มุ่งหน้าราบหนึ่ง. https://www.matichon.co.th/politics/news_2872136

**3.2.1.2 การกำกับดูแลสื่อ**

**1) การกำกับดูแลสื่อของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)**

สำนักงาน กสทช. ซึ่งเป็นองค์กรกำกับดูแลสื่อของประเทศไทยได้กำหนดแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหาของสื่อภายใต้กำกับดูแลเอาไว้ใน พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551[254] หมวด 2 รายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มาตรา 37 และหมวด 3 การส่งเสริมและควบคุมจริยธรรมแห่งวิชาชีพและการคุ้มครองผู้เสียหายจาก การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มาตรา 39 และมาตรา 40 ดังนี้

มาตรา 37 ห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อการให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ตรวจสอบและให้ระงับการออกอากาศรายการที่มีลักษณะตามวรรคหนึ่ง หากผู้รับใบอนุญาตไม่ดำเนินการ ให้กรรมการซึ่งคณะกรรมการมอบหมายมีอำนาจสั่งด้วยวาจาหรือเป็นหนังสือให้ระงับการออกอากาศรายการนั้นได้ทันที และให้คณะกรรมการสอบสวนข้อเท็จจริงกรณีดังกล่าวโดยพลัน

ในกรณีที่คณะกรรมการสอบสวนแล้วเห็นว่าการกระทำดังกล่าวเกิดจากการละเลยของผู้รับใบอนุญาตจริง ให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการแก้ไขตามที่สมควรหรืออาจพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตก็ได้

มาตรา 39 ให้คณะกรรมการดำเนินการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ และควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

การจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมขององค์กรตามวรรคหนึ่ง ต้องคำนึงถึงการคุ้มครองการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชน และการคุ้มครองผู้บริโภคจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพขององค์กร

ในการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพขององค์กรตามวรรคหนึ่ง ให้แต่ละองค์กรตามวรรคหนึ่งจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมขึ้นโดยมีองค์ประกอบและให้คำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพ นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

---

[254] พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551. (2551, 4 มีนาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 125 ตอนที่ 42 ก. หน้า 29-30.

องค์กรตามวรรคหนึ่ง ที่มีการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรม คณะกรรมการอาจให้การส่งเสริมจากกองทุนตามมาตรา 52 ก็ได้

มาตรา 40 ผู้ที่ได้รับความเสียหายเนื่องจากรายการที่ออกอากาศเป็นเท็จหรือละเมิดสิทธิเสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอาจร้องเรียนต่อคณะกรรมการ

ให้คณะกรรมการส่งเรื่องพร้อมความเห็นของคณะกรรมการให้องค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามมาตรา 39 เพื่อให้ดำเนินการเยียวยาให้แก่ผู้เสียหายโดยเร็ว และให้คณะกรรมการติดตามผลการดำเนินการขององค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามมาตรา 39 เมื่อองค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามมาตรา 39 ได้แจ้งผลการดำเนินการให้คณะกรรมการทราบแล้วให้แจ้งผู้ร้องเรียนทราบผลการดำเนินการโดยเร็ว

**2) กลไกการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) และการจัดการขององค์กรวิชาชีพสื่อ**

จากการที่ระบบอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของทุกคนในสังคมไทยส่งผลให้พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของผู้คนในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไป โดยนิยมรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าวจากเดิมที่นำเสนอข่าวผ่านการสื่อสารทางเดียวได้เปลี่ยนเป็นการนำเสนอข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบการสื่อสารสองทาง นอกจากนี้ การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนมักหยิบยกประเด็นในสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอ แต่ในบางครั้งไม่สามารถเข้าถึงแหล่งต้นทางของข้อมูลจริง ๆ ได้ ทำให้ต้องนำเสนอข้อมูลที่ปรากฏ ณ เวลานั้น แล้วนำเสนอข่าวออกไปทันที ทั้งที่ยังไม่สามารถตรวจสอบความถูกต้องได้อย่างชัดเจน สืบเนื่องมาจากข้อจำกัดของการแข่งขันของสื่อ ส่งผลทำให้มิติด้านความเร็วเข้ามามีบทบาทสำคัญที่ทำให้สื่อมวลชนอาจเกิดข้อผิดพลาดในการติดกับดักของข่าวลวงได้ ดังนั้นในแต่ละประเทศจึงมีการกำกับดูแลเนื้อหา ซึ่งในส่วนประเทศไทยได้มีการกำกับดูแลตนเองหรือกำกับดูแลกันเอง (self-regulation) กล่าวคือ การที่กลุ่มผู้ประกอบการ บริษัทหรือปัจเจกบุคคลรวมตัวกันในรูปขององค์กรที่มีฐานสมาชิกเพื่อสร้างอำนาจในการควบคุมพฤติกรรมของกันและกัน การเป็นสมาชิกขององค์กรต้องเป็นไปโดยสมัครใจและสมาชิกต้องร่วมมือกันร่างกฎ กติกา มารยาท จรรยาบรรณ หรือข้อกำหนดทางจริยธรรม ตลอดจนแนวทางและมาตรฐานทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ สมาชิกมีหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงในการสอดส่องดูแลและบังคับใช้ให้มีการปฏิบัติตามแนวทางที่ออกร่วมกันโดยไม่ต้องอาศัยอำนาจตามกฎหมายขององค์กรการกำกับดูแลจากภาครัฐ แต่ใช้ความสมัครใจและ การมีพันธกิจรับผิดชอบร่วมกัน[255] ซึ่งในประเทศไทยมีองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนในประเทศไทย ดังนี้

---

[255] รัตนาภรณ์ จอมมูล. (2020). มาตรการทางกฎหมายในการกำกับควบคุมข่าวปลอมทางการเมืองบนโลกไซเบอร์. CMU Journal of Law and Social Sciences, 13 (1), 1-23.

**สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ (The National Press Council of Thailand)**[256]

เนื่องจากความเห็นร่วมกันในการประชุมสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยที่ประชุมได้มีมติให้สภาร่างรัฐธรรมนูญฉบับปี พ.ศ. 2540 ตัดข้อความว่า "องค์กรอิสระตามกฎหมายกำหนด" ออกจากมาตรา 40 ซึ่งกำหนดให้มีองค์กรอิสระควบคุมสื่อมวลชน แล้วให้นำไปบัญญัติไว้ในหมวด 5 ว่าด้วยหลักการพื้นฐานในการกำหนดนโยบายของรัฐ เพราะสื่อมวลชนต้องการให้องค์กรนี้เป็นอิสระ อย่างแท้จริงปราศจากการแทรกแซงของทางราชการและการเมือง ในขณะที่สื่อมวลชนก็พร้อมที่จะตั้งองค์กรขึ้นมาควบคุมกันเอง

สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ออกแถลงการณ์เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2540 ว่า มาตรา 40 ที่ระบุรับรองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญของพนักงานหรือลูกจ้างเอกชนที่ประกอบกิจการด้านสื่อสารมวลชน รวมทั้งเจ้าพนักงานของรัฐ โดยไม่ต้องขัดต่อจรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพภายใต้การควบคุมขององค์กรอิสระตามที่กฎหมายบัญญัตินั้น เป็นหลักการที่ดี แต่องค์กรตามที่กฎหมายบัญญัติดังกล่าว จำเป็นต้องมีหลักประกันในความเป็นอิสระ ภายใต้หลักการควบคุมกันเองของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์หรือวิชาชีพสื่อมวลชนอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องมีการพิจารณากันโดยละเอียดรอบคอบในขั้นของการออกกฎหมายประกอบตามรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ต่อไป

คณะทำงานทำงานในรูปของการฟังความคิดเห็นจากเจ้าของหนังสือพิมพ์ และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ว่าควรมีองค์กรอิสระควบคุมกันเองหรือไม่ และได้มีข้อสรุปให้จัดตั้งองค์กรอิสระขึ้น โดยในขั้นแรกให้มีการจัดตั้งกรรมการยกร่าง "ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ" ในเวลาต่อมา ทางสมาพันธ์ฯ ได้ออกประกาศเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 แต่งตั้งกรรมการยกร่างธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ มีเนื้อความว่า ตามที่ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ มีเจตนารมณ์ที่จะจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อควบคุมกันเองโดยสมัครใจ เจ้าของบรรณาธิการผู้มีอำนาจเต็มของหนังสือพิมพ์และสมาคมฯ ผู้ประกอบวิชาชีพที่ชอบด้วยกฎหมายได้ให้ความเห็นชอบที่จะลงนามร่วมกันในวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบวิชาชีพทั้งมวลพร้อมที่จะดำเนินการควบคุมกันเองเพื่อดำรงไว้ซึ่งหลักการพื้นฐานในเรื่องเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น อันเป็นหลักประกันความรับผิดชอบในการเสนอข่าวสาร และแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพนี้

ในเวลาถัดมา วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทย และภาษาต่างประเทศจำนวน 25 ฉบับ จากทั้งสิ้น 32 ฉบับ รวมทั้งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ 10 องค์กร ได้ร่วมกันลงนามในบันทึกเจตนารมณ์จัดตั้ง "สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ" เพื่อเป็นการควบคุมกันเองและส่งเสริมเสรีภาพและความรับผิดชอบ ยกระดับผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น

---

[256] สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ (The National Press Council of Thailand). รู้จักสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ. https://www.presscouncil.or.th/

เมื่อสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติได้ทำหน้าที่องค์กรกำกับดูแลกันเองทางจริยธรรมสำหรับมวลหมู่สมาชิกผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ มาเป็นเวลานานถึง 23 ปี จนมาถึงปัจจุบัน พัฒนาการของสื่อมวลชนได้เจริญเติบโต ก้าวหน้าไปมาก ทำให้การหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารจำนวนมหาศาลผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารที่อยู่ในมือของทุกคน ด้วยเหตุนี้คณะกรรมการบริหารสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติจึงมีมติให้ยกระดับ “สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ” เป็น “สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” โดยมีมติแต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมาคณะหนึ่งเพื่อยกร่างธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” เพื่อใช้บังคับแทน “ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540 ด้วยนอกจากนี้ ยังมีคณะทำงานทั้งที่อยู่ในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ร่วมในการพิจารณายกร่างธรรมนูญฉบับใหม่อีกด้วย

ในการพิจารณายกร่างธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาตินี้ คณะทำงานเห็นร่วมกันว่าจากความเป็นมาของธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540 นั้น เกิดจากการประชุมร่วมกันของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ในหลายภาคส่วน ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการทำหน้าที่ขององค์กรกำกับดูแลด้านจริยธรรมของสื่อมวลชนในประเทศเพื่อนบ้านที่มีความครอบคลุมไปถึงสื่อมวลชนอื่น ๆ ด้วย อีกทั้งสามารถทำให้รับสมาชิกใหม่ที่เป็นสื่อมวลชนได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล ด้วยเหตุนี้ จึงต้องยกเลิกธรรมนูญสภาหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540 และตราธรรมนูญสภาสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. 2563 ขึ้นมาใช้แทน

นับตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2563 เป็นต้นมา “สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ” ซึ่งเป็นองค์กรกำกับดูแลกันเองทางด้านสื่อมวลชนที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทยก็ได้สิ้นสภาพลง หลังได้ทำหน้าที่กำกับดูแลการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ที่เป็นสมาชิก รวมทั้งผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ในสังกัดสมาชิกให้เป็นไปตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ มาโดยตลอด 23 ปีเศษ แต่อัตลักษณ์ความเป็นองค์กรอิสระเพื่อกำกับดูแลกันเองของสื่อมวลชน ภายใต้ชื่อใหม่ว่า “สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” ยังคงอยู่ครบถ้วนทุกประการ โดยงานที่สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติจะต้องเข้ามาทำหน้าที่กำกับดูแลมีความกว้างขวางมากขึ้น ครอบคลุมไปถึงสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ของสมาชิก สิ่งเหล่านี้ถือเป็นภาระงานหลักของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เพื่อตอบโจทย์การกำกับดูแลกันเองของสื่อในยุค “สื่อหลอมรวม” และยุคที่สื่อโซเชียลมีเดียเข้ามามีผลกระทบต่อการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างมากมายหลายมิติ

**องค์กรสมาชิก**

ปัจจุบันสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ มีองค์กรสื่อสารมวลชนเข้าร่วมเป็นสมาชิกทั้งหมด 4 องค์กร แบ่งตามประเภท ดังนี้

**องค์กรสมาชิกหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง** มีจำนวน 17 องค์กร ได้แก่ 1) หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ 2) บริษัท ฐานเศรษฐกิจ มัลติมีเดีย จำกัด 3) หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 4) หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 5) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 6) หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ 7) หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ รายวัน 360 8) หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน 9) หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ 10) หนังสือพิมพ์สยามรัฐ 11) หนังสือพิมพ์สายกลาง

12) หนังสือพิมพ์ ออปท. นิวส์ 13) หนังสือพิมพ์เกียฮั้วตงง้วน (ศิรินคร) 14) หนังสือพิมพ์ซิงจงเอี๋ยน 15) หนังสือพิมพ์ซิงเสียนเยอเป้า 16) หนังสือพิมพ์ตงฮั้ว 17) หนังสือพิมพ์สากล

**องค์กรสมาชิกหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น** มีจำนวน 18 องค์กร ได้แก่ 1) หนังสือพิมพ์เกียรติภูมิ 2) หนังสือพิมพ์ข่าวนคร 3) หนังสือพิมพ์โคราชคนอีสาน 4) หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์รายวัน 5) หนังสือพิมพ์ประชามติ จังหวัดตราด 6) หนังสือพิมพ์ประชามติ จังหวัดพิษณุโลก 7) หนังสือพิมพ์ปราการนิวส์ 8) หนังสือพิมพ์เพชรบูรณ์โพสต์ 9) หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ 10) หนังสือพิมพ์ภาคใต้โฟกัส 11) หนังสือพิมพ์ภาคเหนือรายวัน 12) หนังสือพิมพ์สมิหลา ไทม์ 13) หนังสือพิมพ์สมุทรปราการโพสต์ 14) หนังสือพิมพ์สี่ทิศ 15) หนังสือพิมพ์เสรีราษฎ์ 16) หนังสือพิมพ์เสียงใต้รายวัน จำกัด 17) หนังสือพิมพ์เสียงเสรี 18) หนังสือพิมพ์ส่องใต้

**สถานีโทรทัศน์** มีจำนวน 3 สถานี ได้แก่ 1) เนชั่น TV 2) ไทยรัฐทีวี 3) องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai PBS)

**สำนักข่าวออนไลน์** มีจำนวน 12 สำนัก ได้แก่ 1) คม ชัด ลึก 2) ดาราเดลี่ 3) THE STANDARD 4) บ้านเมืองออนไลน์ 5) โพสต์ทูเดย์ 6) โลกวันนี้ 7) สปริงนิวส์ 8) เชียงใหม่นิวส์ออนไลน์ 9) ตรังไทม์ 10) ลานนาโพสต์ 11) หมากแข้ง 12) อีสานบิซ

**สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย (The News Broadcasting Council of Thailand: NBCT)**[257]

ประวัติความเป็นมา กล่าวคือ ตามที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 46 ได้มีบทบัญญัติสนับสนุนการจัดตั้งกลไกควบคุมกันเองทางด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพทางด้านกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์ นอกจากนี้ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 39 ยังส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม นับว่าเป็นการยกระดับผู้ประกอบวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งองค์กรอิสระทำหน้าที่ควบคุมกันเองในหมู่ผู้ประกอบวิชาชีพข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมเสรีภาพ ความรับผิดชอบ สถานภาพผู้ประกอบวิชาชีพและกิจการวิทยุกระจายสียงและวิทยุโทรทัศน์ ตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนสิทธิการใช้สื่อกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อการรับรู้ข่าวสาร และการแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

ดังนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ทั้งในส่วนของเจ้าของสถานี ผู้ได้รับใบอนุญาต บรรณาธิการข่าว ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าฝ่ายข่าว หรือผู้มีอำนาจทำการแทน

---

[257] สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย The News Broadcasting Council of Thailand: NBCT.(ม.ป.ป.). ความเป็นมา. https://www.newsbroadcastingcouncil.or.th/?page_id=2

ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งผู้แทนสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย จึงได้จัดประชุมพร้อมทั้งลงนามท้ายบันทึกเจตนารมณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เรื่อง การจัดตั้งสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยขึ้นในวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา

**บทบาทหน้าที่และภารกิจ**

จากการสัมมนาจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์การบริหารคณะกรรมการสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2553 จึงได้กำหนด บทบาทหน้าที่และภารกิจของสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยดังนี้

- **ด้านจริยธรรม**

ตามธรรมนูญของสภาวิชาชีพฯ ซึ่งกำหนดไว้ในข้อ 7 เรื่องการส่งเสริมผู้ประกอบวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ให้มีความรับผิดชอบและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ เพื่อผดุงเกียรติและศักดิ์ศรีของสมาชิก ส่งเสริมเสรีภาพ และสนับสนุนสิทธิการรับรู้ข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นของพลเมือง ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบวิชาชีพข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

- **ด้านวิชาการ**

1. ควรศึกษาว่าจะทำอย่างไรให้กลไกควบคุมกันเองของสื่อมีประสิทธิภาพ
2. ควรศึกษาว่าจะทำอย่างไรให้การทำงานของสื่อมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น กำหนดให้มีความชัดเจนว่า สิ่งใดคือเรื่องที่สื่อควรหรือไม่ควรนำเสนอ
3. ศึกษาการควบคุมสื่อในต่างประเทศ (หมายรวมถึงการควบคุมโดยรัฐ เอกชน และการควบคุมกันเอง)
4. ศึกษาเรื่องกฎหมายสื่อ
5. ศึกษาเรื่องสิทธิประชาชนในการตรวจสอบสื่อ

- **ด้านการปฏิรูปสื่อ**

การเข้าไปมีบทบาทในการสนับสนุนหรือแสดงความคิดเห็นต่อกฎหมายเกี่ยวกับสื่อ

- **ด้านความร่วมมือในการทำงานกับองค์กรวิชาชีพอื่น ๆ**

1. ควรทำงานควบคู่ไปกับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติหรือองค์กรสื่อวิชาชีพอื่นอย่างใกล้ชิดเนื่องจากเป็นองค์กรระดับเดียวกัน และมีภารกิจที่ใกล้เคียงกัน โดยเน้นเรื่องจริยธรรมเป็นหลักและเป็นองค์กรควบคุมกำกับกันเอง
2. เนื่องจากปัจจุบันมีการหลอมรวมสื่อ จึงควรทำงานให้สอดคล้องกับองค์กรกำกับดูแลกันเองของสื่อต่าง ๆ เช่น เคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม หรือโซเชียล มีเดีย ที่เป็นองค์กรลักษณะคล้ายกัน
3. ในระยะยาวควรศึกษาเรื่องการจัดตั้งองค์กรอิสระขึ้นมาใหม่ เพื่อทำงานร่วมกันหรือเป็นองค์กรเดียวเพื่อดูแลทุกสื่อ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม สื่อใหม่ สื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อไม่ให้เกิดการดูแลซ้ำซ้อน

● **ด้านประชาสัมพันธ์**

สร้างการรับรู้ต่อผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ องค์กรสื่อ ภาคสังคมและประชาชน ถึงบทบาทหน้าที่ของสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ

1. ในวันสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ควรมีแถลงการณ์ในนามของสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และการเข้าไปมีบทบาทและส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น

2. เรื่องสมาชิกของสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ ควรมีการแสดงสัญลักษณ์ ให้เห็นสถานีวิทยุและโทรทัศน์ เป็นสมาชิกของสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ด้วยรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สังคมรับรู้ความมีตัวตน พร้อมกับเป็นการประชาสัมพันธ์สถานีดังกล่าวว่าเป็นสมาชิกของสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ซึ่งอาจต้องขอความร่วมมือกัน

● **ด้านสิทธิเสรีภาพสื่อ**

1. หลักประกันสำหรับวิชาชีพสื่อ ด้านสวัสดิภาพและสวัสดิการสื่อควรมีกองทุนดูแลสวัสดิภาพ สวัสดิการผู้ปฏิบัติงาน

2. ติดตามแก้ไขกฎหมายและการผลักดันกฎหมายที่เกี่ยวกับวิชาชีพด้านสื่อ

3. ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาและแนะนำด้านกฎหมายให้กับสื่อทั่วประเทศ โดยการจัดเวทีเสวนา “สื่อใช้สิทธิเสรีภาพแต่รู้เท่าทันกฎหมาย” และ จัดทำรายงานประจำปีเรื่องสิทธิ เสรีภาพของสื่อ

4. ติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหวรอบด้านที่ส่งผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพสื่อมวลชน โดยในขั้นตอนการทำงานอาจเชิญที่ปรึกษาในแต่ละเรื่องมาให้ข้อมูลและแนวทางในการดำเนินการตามแต่กรณี อาทิ ผลกระทบจากกฎหมายที่ภาครัฐกำลังผลักดัน หรือ กฎหมายที่มีการประกาศบังคับใช้แล้ว แต่ส่งผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของสื่อ

5. ศึกษาวิจัยกรณีการแทรกแซงสิทธิเสรีภาพสื่อ และ แนวทางการแก้ปัญหา

6. รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ

7. ตั้งรางวัลและกองทุนเพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติคุณของบุคคลที่ต่อสู้เพื่อสิทธิเสรีภาพสื่อ อาทิ สื่อดีเด่น (องค์กร) นักข่าวดีเด่น (บุคคล)

8. สนับสนุนผลักดันให้เกิดสหภาพคนทำงานด้านสื่อและคณะกรรมการบริหารสหภาพในวงการการสื่อ

**ยุทธศาสตร์**

1. ยุทธศาสตร์การทำงานเชิงรับ คือการดำเนินการรับเรื่องราวร้องทุกข์

2. ยุทธศาสตร์การทำงานเชิงรุก คือการยกเรื่องที่เข้าข่ายละเมิดจริยธรรมขึ้นมาพิจารณา หรือหากมีการละเมิดจริยธรรมสื่อ แม้จะไม่เกี่ยวข้องกับสภาวิชาชีพฯ แต่อาจให้ความเห็นทางด้านวิชาการออกไป โดยไม่ระบุชื่อ หรือตั้งตนเป็นคู่กรณีเป็นเชิงศึกษาหรือวิพากษ์

3.ยุทธศาสตร์การส่งเสริม

3.1 ส่งเสริมผู้ประกอบวิชาชีพให้อยู่ในจริยธรรม โดยการเชิดชู ให้รางวัล การให้ความรู้ทางวิชาการด้านต่าง ๆ

3.2 การประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึงสมาชิก หรือองค์กรภายนอก ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของจุลสาร จดหมายข่าว หรือเว็บไซต์

3.3 การหางบประมาณในการบริหารองค์กรแบบไม่ต้องพาภายนอกมากเกินไป

4.ยุทธศาสตร์ด้านวิชาการ

4.1 การศึกษาแนวทางที่จะทำให้สภาวิชาชีพข่าวฯ มีความพร้อมด้านองค์กรและเงินทุน และมีบทบาทที่มีประสิทธิผลในการยกระดับจริยธรรมของสื่อ โดยศึกษากรอบกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกฎหมายประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และกฎหมายองค์กรจัดสรรคลื่นฯ ฉบับใหม่ โดยศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

4.1.1 สภาวิชาชีพข่าวฯ ควรใช้มาตรา 39 ของกฎหมายประกอบกิจการฯ อย่างไร ในการเพิ่มบทบาทของตนในการเป็นหน่วยงานกำกับดูแลตนเองของสื่อ รวมทั้งการขอการสนับสนุนจากสำนักงาน กสทช.

4.1.2 สภาวิชาชีพข่าวฯ ควรเตรียมการอย่างไรในการกำกับดูแลตนเองของสื่อให้เกิดการพัฒนาจริยธรรมที่ดี โดยกระบวนการระงับข้อพิพาทและเยียวยาผู้เสียหายตามมาตรา 40 ของกฎหมายประกอบกิจการฯ

4.2 การเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชน และสนับสนุนการหาทุนของสภาวิชาชีพข่าวฯ เช่น การจัดสัมมนาแก่ประชาชนทั่วไป หรือ การจัดบรรยายแบบเข้มข้นที่ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายองค์กรจัดสรรคลื่นฯ ฉบับใหม่ โดยเก็บค่าเข้าฟังบรรยายจากผู้ฟังในกลุ่มเล็ก เช่น นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และคนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

4.3 การสร้างองค์ความรู้เพื่อให้แนวทางต่อสังคมในการทำให้สื่อมีบทบาทในการลดความขัดแย้งทางการเมือง และหลุดพ้นจากภาวะสุดขั้วสองด้าน คือ การปิดกั้นสื่อโดยรัฐบาล และการเสนอข่าวสารที่มีลักษณะไม่รับผิดชอบต่อสังคม และขัดกับกฎหมายเช่น ปลุกระดมให้มีการใช้ความรุนแรง และก่อให้เกิดความเกลียดชังต่อคนกลุ่มต่าง ๆ โดยร่วมกับองค์กรด้านวิชาการ และหน่วยงานทางสังคมอื่น ๆ

**องค์กรสมาชิก**

ปัจจุบันสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย มีองค์กรสื่อสารมวลชนเข้าร่วมเป็นสมาชิก ทั้งหมด 25 องค์กร ดังนี้

**สมาชิกก่อตั้ง (องค์กรร่วมลงนามจัดตั้ง)** มีจำนวน 11 องค์กร ได้แก่ 1) สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 2) สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก 3) บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) 4) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย 5) องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท) 6) บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) 7) บริษัท สำนักข่าว ไอเอ็นเอ็น จำกัด 8) บริษัท สำนักข่าว

ทีนิวส์ จำกัด 9) สถานีวิทยุจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 10) บริษัท มีเดีย ออฟมีเดียส์ จำกัด (มหาชน) 11) บริษัท สยามอินเตอร์ มัลติมีเดีย จำกัด (คลื่นสปอตเรดิโอ)

**สมาชิกสามัญ** มีจำนวน 14 องค์กร ได้แก่ 1) บริษัท มหาชัย เคเบิล ทีวี จำกัด 2.) บริษัท เจริญเคเบิล ทีวี จำกัด 3) บริษัท สปริง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (สถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์) 4) สถานีโทรทัศน์ PPTV 5)สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ ทีวี 6) สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 (แฟมิลี่ ช่อง 13) 7) สถานีโทรทัศน์ ไทยรัฐ ทีวี 8) บริษัท วอยซ์ทีวี จำกัด (สถานีโทรทัศน์วอยซ์ทีวี) 9) สถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ (ดาวเทียม) 10) สถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ (ดิจิตอล) 11) สถานีโทรทัศน์ดิจิตอลทีวี โมโน 29 (MONO 29) 12) สถานีโทรทัศน์ TRUE 4 U 13) สถานีโทรทัศน์ NOW 26 14) สถานีโทรทัศน์ TNN 24

**สมาคมนักข่าวและวิทยุโทรทัศน์ไทย (Thai Broadcast Journalists Association: TBJA)**[258]

ประวัติความเป็นมา กล่าวคือ สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการ ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2544 จุดประสงค์หลักที่สำคัญของสมาคมนี้ คือ การมุ่งเป็นองค์กรหลัก ที่เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการปฏิรูปคลื่นความถี่ และผลักดันให้เกิดความโปร่งใส ไม่ให้เกิดความบิดเบือนจนการปฏิรูปสื่อ ขณะเดียวกัน มุ่งหวังที่จะแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นและพัฒนาคุณภาพและจิตสำนึกของคนข่าวทีวีวิทยุ เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และปราศจากการครอบงำทางการเมืองและทางธุรกิจ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

จากนั้น นักข่าวและคนทำข่าวในระดับปฏิบัติงาน และระดับบริหารของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ รวมถึงค่ายอิสระต่าง ๆ เช่น กรมประชาสัมพันธ์ โทรทัศน์ช่อง 3 5 7 9 และไอทีวี ในขณะนั้น เดอะเนชั่น แปซิฟิค ไอเอ็นเอ็น จีเอ็นเอ็น สำนักข่าวไทย และสื่ออื่นอีกหลายส่วน ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มนักข่าวที่เคลื่อนไหวเรื่องนี้ขึ้นมาเป็นกลุ่มอิสระ และประสานกับองค์กรอื่นที่เคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกัน ในนามเครือข่ายองค์กรสื่อเพื่อประชาชน เข้าร่วมกระบวนการรับฟังความเห็นเพื่อ ร่างพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ ที่จัดทำขึ้นโดยสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา โดยเสนอประเด็นการพิจารณา 15 ประเด็นประกอบการพิจารณา เช่น ไม่เห็นด้วยกับการที่กรมประชาสัมพันธ์ จะได้รับอภิสิทธิ์ ในการจัดสรรคลื่นความถี่ เช่นเดียวกับองค์กรอื่น ยื่นเสนอให้กสทช. มีหน้าที่สนับสนุนองค์กรของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ในการทำหน้าที่กำหนดกรอบจรรยาบรรณ และตรวจสอบกันเอง แทนการให้องค์กรอื่นหรือหน่วยงานของรัฐมาทำหน้าที่นี้ การเสนอให้จำกัดสัดส่วนการถือครองหุ้นของต่างชาติ ในกิจการสื่อวิทยุโทรทัศน์ไทย ไม่เกินร้อยละ 25 และขอให้จำกัดการถือหุ้นของกลุ่มทุนแต่ละรายในกิจการวิทยุและโทรทัศน์ได้ไม่เกินร้อยละ 10 เพื่อเป็นหลักประกันไม่ให้มีการครอบงำสื่อจากทั้งกลุ่มการเมืองและกลุ่มธุรกิจ

---

258 สมาคมนักข่าวและวิทยุโทรทัศน์ไทย Thai Broadcast Journalists Association: TBJA. (ม.ป.ป.). ประวัติสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. https://www.thaibja.org/?page_id=10

**สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (Society for Online News Providers: SONP)**[259]

ประวัติความเป็นมา ในช่วงปี พ.ศ.2552 นับเป็นปีที่สำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว อุปกรณ์ดิจิทัลรูปแบบใหม่ ออกมารองรับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างแพร่หลาย ขณะเดียวกัน การขยายตัวของเว็บไซต์ในประเทศไทยรวมถึงบล็อกต่าง ๆ ได้เติบโตขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ปัญหาที่ตามมา คือ เนื้อหาข่าว และภาพข่าวจากสื่อหลัก ถูกเผยแพร่ซ้ำผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเว็บไซต์ของผู้ผลิตข่าวอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ในเวลาถัดมา ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จัดประชุมใหญ่สามัญประจำปี ในวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2553 ครบรอบการก่อตั้ง 1 ปี ภายหลังจากมีการลงนามในคำประกาศเจตนารมณ์จัดตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ โดยที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปีของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ได้เลือก นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี ที่ปรึกษาด้านบรรณาธิการ บริษัท เทรนด์ วีจี 3 จำกัด ในเครือบริษัทวัชรพล

วันที่ 24 กันยายน พ.ศ.2552 ที่สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สื่อออนไลน์ชั้นนำ 12 แห่งของไทย คือ เอเอสทีวี-ผู้จัดการ ไทยรัฐออนไลน์ เดลินิวส์ มติชน เครือเนชั่น เครือโพสต์ พับลิชชิง สยามสปอร์ต ฐานเศรษฐกิจ ไอเอ็นเอ็น (ลาออกในปี พ.ศ.2553 ด้วยเหตุผลทางธุรกิจ) สยามรัฐ ดาราเดลี่ และแนวหน้า ได้รวมตัวกันจัดตั้ง “ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์” หรือ Society of Online News Providers (SONP) ขึ้นพร้อมประกาศเจตนารมณ์ มุ่งมั่น ส่งเสริม และสนับสนุนสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของประชาชนตามระบอบประชาธิปไตย สนับสนุนการที่ประชาชนรับรู้ข่าวสารออนไลน์ผ่านเครือข่ายออนไลน์ที่ผ่านกระบวนการทางวารสารศาสตร์จากเว็บไซต์ของผู้ผลิตข่าวแต่ละรายโดยตรงและร่วมกันหยุดยั้งผู้ประกอบการเว็บไซต์เชิงธุรกิจ ในการนำเนื้อหาข่าวและภาพข่าวไปใช้โดยพลการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ผลิตโดยเว็บไซต์สมาชิก ต่อมามีการจัดประชุมใหญ่ เพื่อเลือกประธานและคณะกรรมการบริหารชมรมฯ เป็นครั้งแรก เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของชมรมฯ โดยมติเป็นเอกฉันท์ให้ นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี จากไทยรัฐออนไลน์ เป็นประธานชมรมฯ คนแรก

งานในช่วงปีแรกชมรมฯ มุ่งสร้างมาตรฐานให้เว็บไซต์ต่าง ๆ ใช้เนื้อหาข่าวและภาพข่าวจากเว็บไซต์ของสมาชิกชมรมฯ อย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ.2552 ชมรมฯ ได้เชิญเว็บไซต์ท่า (Web Portal) เข้าฟังหลักเกณฑ์การนำข่าวจากเว็บไซต์สมาชิกไปใช้ ผ่าน RSS Feed ที่พัฒนาโดยสมาชิกชมรมฯ และไม่อนุญาตให้เก็บข้อมูลต่าง ๆ ไว้ในระบบของเว็บไซต์อื่น ทั้งนี้แนวทางปฏิบัติดังกล่าวยังคงใช้สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ดำเนินการขับเคลื่อนงานด้านเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันหรือสร้างความเข้าใจของเว็บไซต์ในสังกัดทั้งหมดกับภาคธุรกิจ ภาครัฐ และยังมุ่งพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเสริมศักยภาพของผู้สื่อข่าว ผู้ดูแลระบบ นักการตลาดและภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องมาตลอด 2 ปี กระทั่งมีมติจากคณะกรรมการบริหารชมรมฯ ให้ยกระดับการดำเนินการเป็นรูปแบบสมาคม เป็นผลให้วันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ได้เปลี่ยนสถานะเป็น “สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์”

[259] สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ Society for Online News Providers: SONP. (ม.ป.ป.). เกี่ยวกับสมาคม. https://www.sonp.or.th/about-us

Online News Provider Association (แต่ยังคงใช้คำย่อในภาษาอังกฤษว่า SONP) โดยมีนายนิรันดร์ เยาวภาว์ จากเว็บไซต์เอเอสทีวี-ผู้จัดการ ดำรงตำแหน่งนายกสมาคม สมัยที่ 1 และ 2 หลังหมดวาระและมีการเลือกตั้งใหม่ในสมัยที่ 3 ที่ประชุมมีมติให้ นางสาวสุธิดา มาไลยพันธุ์ จากเครือโพสต์ พับลิชชิง ดำรงตำแหน่งนายกสมาคม

ปัจจุบัน สมาคมฯ มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 17 องค์กรสื่อ โดยมีสมาชิกจากสื่อที่ขยายจากภาคธุรกิจหนังสือพิมพ์ไปยังสื่อออนไลน์ คือ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ส่วนสมาชิกในสื่อภูมิภาค คือ เชียงใหม่นิวส์ และสื่อโทรทัศน์ชั้นนำคือ บมจ.อสมท. และองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ไทยพีบีเอส) และสปริงนิวส์ทีวี จนกระทั่งปี พ.ศ.2557 สมาคมได้ขยายกลุ่มสมาชิก ไปยังสื่อดิจิทัลทีวี คือ สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา สมาคมฯ ได้มีนโยบายในการส่งเสริม พัฒนา และการสร้างโอกาสในการหารายได้ใหม่ให้กับสมาชิกสมาคมฯ โดยได้ก่อตั้งส่วนงาน Premium Publisher Network (PPN) ขึ้นมา ประสานความร่วมกับแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ เพื่อสร้างสรรค์ช่องทางการพัฒนาการเติบโตและการหารายได้ให้แข็งแรงและมั่นคง รวมถึงการจัดทำการฝึกทักษะ ฝึกอบรม การทำงานดิจิตอลมีเดียให้สมาชิกในสมาคมด้วยเช่นกัน

**3) มาตรฐานชุมชนบนแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม**

**3.1) มาตรฐานของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Facebook**

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์รูปแบบเว็บไซต์ สามารถใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร ติดตามข่าวสาร ทำกิจกรรมร่วมกับผู้ใช้งานคนอื่น เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เชื่อมผู้คนไว้ด้วยกัน ทำให้เกิดเครือข่ายทางสังคมที่ทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันบนโลกอินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊กยังเป็นพื้นที่ที่สร้างอิสระสำหรับการสื่อสาร นอกจากนี้ ทางแพลตฟอร์มกำหนดบทบาทการเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างจริงจังในการป้องกันไม่ให้มีการใช้งานที่ไม่เหมาะสม ดังนั้น เฟซบุ๊กจึงได้พัฒนามาตรฐานสำหรับสิ่งที่ได้รับอนุญาตและไม่ได้รับอนุญาตให้กระทำบนแพลตฟอร์ม[260] ดังนี้

**นโยบายเพื่อกำกับดูแลการใช้งานแพลตฟอร์ม Facebook**

เฟซบุ๊ก ริเริ่มการพัฒนา ‘มาตรฐานชุมชน’ (Community standard) ขึ้น เพื่อจุดประสงค์ในการกำกับดูแล หรือพิจารณาว่าเนื้อหาใด ‘สมควร’ หรือ ‘ไม่สมควร’ ได้รับอนุญาตให้ปรากฏขึ้นภายในพื้นที่ของแพลตฟอร์ม เพื่อการใช้งานพื้นที่ออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ปกป้อง และรักษาไว้ซึ่งความหลากหลาย ที่ควรได้รับอิสระในการสื่อสาร การแสดงออก โดยปราศจากการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการทำร้ายหรือลดทอนคุณค่าของสิ่งอื่น

ด้านกระบวนการพิจารณาว่าเนื้อหาใด ‘สมควร’ หรือ ‘ไม่สมควร’ นั้น ทางเฟซบุ๊กเลือกอ้างอิงหลักการ และความคิดเห็นจากทั้งชุมชน สังคม และผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่าง ๆ อาทิ เทคโนโลยี

[260] Facebook. มาตรฐานชุมชน. DOI: https://th-th.facebook.com/communitystandards/

ความปลอดภัยสาธารณะ รวมไปจนถึงสิทธิมนุษยชน เป็นต้น เพื่อจุดประสงค์ในการรับฟังความหลากหลายอย่างเท่าเทียม และเกิดการทำความเข้าใจอย่างแท้จริง เพื่อความสามารถในการแสดงออก รวมถึงเผยแพร่ต่อสาธารณะผ่านแพลตฟอร์ม ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้คนและสังคมโดยรวม

การกำกับดูแลโดยใช้วิธีการจำกัดการเข้าถึง การลบเนื้อหา หรือการแสดงความคิดเห็นใด ๆ โดยการดำเนินการของเฟซบุ๊กนั้น เป็นไปเพื่อส่งเสริมคุณค่าด้านใด ด้านหนึ่งอย่างน้อยหนึ่งประการ ดังนี้ 1) ความปลอดภัย (Safety) 2) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) 3) ความถูกต้อง (Authenticity) และ 4) ศักดิ์ศรี (Dignity) และสิทธิที่เท่าเทียมกันของผู้ใช้งาน ดังนั้น เพื่อส่งเสริมคุณค่าด้านดังกล่าวเหล่านั้น เฟซบุ๊กจึงเลือกดำเนินการอย่างสอดคล้องกันกับนโยบายขององค์กร หากพบเห็นลักษณะเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องหรือเชื่อมโยงกันกับประเด็นหลัก 6 ประเด็น ดังนี้

**3.1.1) การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นพฤติกรรมรุนแรง และเกี่ยวกับอาชญากรรม (Violence and criminal behavior)** ภายใต้รูปแบบของการสื่อสารที่มีลักษณะเหล่านี้

- ความรุนแรง และการยุยง (Violence and incitement) เฟซบุ๊กมุ่งหวังที่จะป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในสังคมซึ่งอาจเกี่ยวข้องจากเนื้อหาที่อยู่บนแพลตฟอร์ม โดยจะลบเนื้อหา ปิดบัญชีผู้ใช้งาน และทำงานร่วมกับฝ่ายบังคับใช้กฎหมายเมื่อเชื่อว่ามีความเสี่ยงจริง อันจะก่อให้เกิดอันตรายทางร่างกายหรือมีภัยคุกคามต่อความปลอดภัยของสาธารณะโดยตรง
- บุคคลและองค์กรที่เป็นอันตราย(Dangerous individuals and organisations) ไม่อนุญาตให้องค์กรหรือบุคคลที่ประกาศถึงภารกิจที่มีความรุนแรงหรือมีส่วนร่วมกับความรุนแรงได้แสดงตัวตนให้ปรากฏบนแพลตฟอร์ม
- สินค้าควบคุม (Restricted goods and services) ไม่อนุญาตให้บุคคล ผู้ผลิต หรือผู้ค้า ทำการซื้อ ขาย หรือแลกเปลี่ยนสารเสพติด ยารักษาโรค รวมถึงอาวุธที่ก่อให้เกิดอันตราย
- การร่วมมือเพื่อก่ออันตราย และการสนับสนุนอาชญากรรม (Coordinating harm and promoting crime) ห้ามไม่ให้บุคคลใดอำนวยความสะดวก จัด ส่งเสริม หรือยอมรับบางการกระทำที่เป็นอาชญากรรมหรือก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้คน ธุรกิจ ทรัพย์สิน หรือสัตว์
- การฉ้อโกง และการหลอกลวง (Fraud and deception) เฟซบุ๊กจะลบเนื้อหาที่หลอกลวงอย่างจงใจ บิดเบือนโดยเจตนา หรือฉ้อโกงหรือแสวงหาประโยชน์ทางการเงินหรือทรัพย์สินของผู้อื่นออกจากแพลตฟอร์ม

**3.1.2) การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับความปลอดภัย (Safety)** ภายใต้รูปแบบของการสื่อสารที่มีลักษณะเหล่านี้

- การฆ่าตัวตาย และการทำร้ายตัวเอง (Suicide and self-injury) เฟซบุ๊กจะลบเนื้อหาที่ส่งเสริมการฆ่าตัวตายหรือการทำร้ายตัวเอง ซึ่งรวมถึงเนื้อหาที่เป็นการแต่งขึ้นมา เช่น มีมหรือการวาดภาพ และเนื้อหาเกี่ยวกับการทำร้ายตัวเองใด ๆ ที่มีความรุนแรงไม่ว่าจะอยู่ในบริบทใดก็ตาม

รวมถึงการแสดงภาพการฆ่าตัวตายหรือการทำร้ายตัวเองแบบเรียลไทม์ (Real-time) และเนื้อหารุนแรงที่อาจมีภาพรบกวนจิตใจผู้ใช้งาน

- การแสวงหาผลประโยชน์ทางเพศ การทำร้ายทารุณ และการอนาจารเด็ก (Child Sexual Exploitation, Abuse and Nudity) เฟซบุ๊กไม่อนุญาตให้มีเนื้อหาที่แสวงหาประโยชน์ทางเพศจากเด็กหรือเป็นอันตรายต่อเด็ก
- การแสวงหาผลประโยชน์ทางเพศจากผู้ใหญ่ (Adult sexual exploitation) เฟซบุ๊กจะลบเนื้อหาที่แสดง ส่งเสริม หรือข่มขู่เกี่ยวกับความรุนแรงทางเพศ การล่วงละเมิดทางเพศ หรือการแสวงหาประโยชน์ทางเพศ รวมถึงภาพที่แสดงให้เห็นถึงเหตุการณ์ความรุนแรงทางเพศและภาพส่วนตัวที่แชร์โดยไม่ได้รับความยินยอมจากบุคคลในภาพ
- การกลั่นแกล้งและการคุกคาม (Bullying and Harassment) เฟซบุ๊กจะลบเนื้อหาที่เจตนาสร้างความเสื่อมเสียหรือทำให้อับอายออก โดยพิจารณาจากบริบทและเจตนาเป็นสิ่งสำคัญ
- การแสวงหาผลประโยชน์จากมนุษย์ (Human Exploitation) เฟซบุ๊กจะลบเนื้อหาที่ให้ความสะดวกหรือประสานงานการแสวงหาผลประโยชน์จากมนุษย์ ซึ่งรวมถึงการค้ามนุษย์ด้วยความพยายามที่จะขัดขวางและป้องกันอันตรายจากเนื้อหาดังกล่าว
- การละเมิดความเป็นส่วนตัว และสิทธิความเป็นส่วนตัวของรูปภาพ (Privacy violations) เฟซบุ๊กจะลบเนื้อหาที่แชร์ นำเสนอ หรือขอข้อมูลระบุตัวบุคคล หรือข้อมูลส่วนบุคคลอื่นที่อาจนำไปสู่อันตรายทางกายหรือทางการเงิน ซึ่งรวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเงิน ที่อยู่อาศัย และการแพทย์ ตลอดจนข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลที่ผิดกฎหมาย

**3.1.3) การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (Objectionable Content)** ภายใต้รูปแบบของการสื่อสารผ่านลักษณะเหล่านี้

- คำพูดที่แสดงความเกลียดชัง (Hate speech) เฟซบุ๊กให้นิยาม “คำพูดที่แสดงความเกลียดชัง” ว่าเป็นการโจมตีผู้คนโดยตรง อ้างอิงจากสิ่งที่เรียกว่า “ลักษณะที่ได้รับการคุ้มครอง” อันคือ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ชาติกำเนิด ความทุพพลภาพ ศาสนาวรรณะ รสนิยมทางเพศ เพศ อัตลักษณ์ทางเพศ และโรคร้ายแรง
- เนื้อหาที่รุนแรงและโจ่งแจ้ง (Violent and graphic content) เฟซบุ๊กจะลบเนื้อหาที่ยกย่องความรุนแรง หรือสรรเสริญการทรมานหรือการทำให้ผู้อื่นอับอาย รวมถึงเพิ่มคำเตือนว่ามีภาพและเนื้อหาที่มีความรุนแรงก่อนผู้ใช้งานจะกดรับชม
- ภาพโป๊เปลือยและกิจกรรมทางเพศของผู้ใหญ่ (Adult nudity and sexual activity) เฟซบุ๊กจำกัดการแสดงภาพโป๊เปลือยและกิจกรรมทางเพศ นอกจากนี้ ยังลบภาพทางเพศเพื่อป้องกันการแชร์เนื้อหาที่ไม่ได้รับความยินยอม หรือภาพที่มีคนอายุต่ำกว่าเกณฑ์อยู่ และไม่อนุญาตให้มีเนื้อหาที่แสดงกิจกรรมทางเพศที่สร้างขึ้นมาด้วยระบบดิจิทัล ยกเว้นเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์ทางการศึกษา การตลกขบขัน หรือการเหน็บแนม

- การชักชวนในเรื่องเพศ (Sexual solicitation) อนุญาตให้มีการอภิปรายเกี่ยวกับการสนับสนุนสิทธิของพนักงานบริการทางเพศและข้อบังคับเกี่ยวกับงานบริการทางเพศได้ อย่างไรก็ตาม เฟซบุ๊กได้กำหนดขีดจำกัดไว้ด้วย เพื่อหลีกเลี่ยงการเอื้อต่อการทำธุรกรรมที่อาจเกี่ยวข้องกับการค้ามนุษย์ การบีบบังคับ และการกระทำทางเพศที่ไม่ได้รับความยินยอม

**3.1.4) การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นการละเมิดต่อความซื่อสัตย์และ ความถูกต้อง (Integrity and Authenticity)** ภายใต้รูปแบบของการสื่อสารผ่านลักษณะเหล่านี้

- ความถูกต้องของบัญชีและตัวตนที่แท้จริง (Account integrity and authentic identity) ผู้ใช้งานควรใช้ชื่อที่แท้จริงของตนเองบนเฟซบุ๊ก นโยบายนี้มุ่งหวังที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยซึ่งผู้คนสามารถไว้ใจและเชื่อถือกันได้
- สแปม (Spam) ไม่อนุญาตให้โพสต์เนื้อหาที่มีจุดประสงค์เพื่อหลอกลวงหรือพยายามที่จะชักชวนให้ผู้ใช้เข้าใจผิดเพื่อเพิ่มจำนวนการรับชมบนเฟซบุ๊กเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้คนใช้แพลตฟอร์มไปในทางที่ผิด
- ความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ (Cybersecurity) ความปลอดภัยของผู้ใช้งานประกอบด้วยการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล บัญชี โปรไฟล์ และตัวตนอื่น ๆ บนเฟซบุ๊ก
- พฤติกรรมที่ไม่น่าไว้วางใจ (Inauthentic behaviour) ไม่อนุญาตให้ผู้คนบิดเบือนตนเองบนเฟซบุ๊ก หรือใช้บัญชีปลอม แสดงความนิยมของเนื้อหาอย่างไม่ถูกต้อง หรือมีส่วนร่วมในพฤติกรรมที่ออกแบบมาเพื่อทำให้เกิดการละเมิดอื่น ๆ ภายใต้มาตรฐานชุมชน
- การให้ข้อมูลผิด (Misinformation) เฟซบุ๊กจะลบการให้ข้อมูลผิดที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มความเสี่ยงโดยตรงในการก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายได้ทุกเมื่อ นอกจากนี้ ยังจะลบเนื้อหาที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มโอกาสโดยตรงในการแทรกแซงกระบวนการทำงานทางการเมือง รวมถึงลบสื่อที่ถูกดัดแปลงซึ่งต่างจากเดิมมากและเป็นการหลอกลวงบางรายการ
- การเก็บไว้เป็นอนุสรณ์ (Memorialisation) ครอบครัวและเพื่อนของผู้ใช้งานที่เสียชีวิต สามารถส่งคำขอให้เก็บบัญชีผู้ใช้งานไว้เป็นอนุสรณ์ได้

**3.1.5) การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (Respecting intellectual property)**

**3.1.6) การได้รับคำขอ และคำตัดสินที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (Content-related requests and decisions)** ภายใต้รูปแบบของการสื่อสารผ่านลักษณะเหล่านี้

- คำขอจากผู้ใช้งาน (User requests) อาทิ คำขอจากผู้ใช้เพื่อให้ลบบัญชีผู้ใช้ของตัวเอง คำขอลบบัญชีผู้ใช้ที่เสียชีวิตแล้ว คำขอลบบัญชีผู้ใช้ที่ไร้ความสามารถจากผู้แทนโดยชอบธรรมที่ศาลสั่ง เป็นต้น

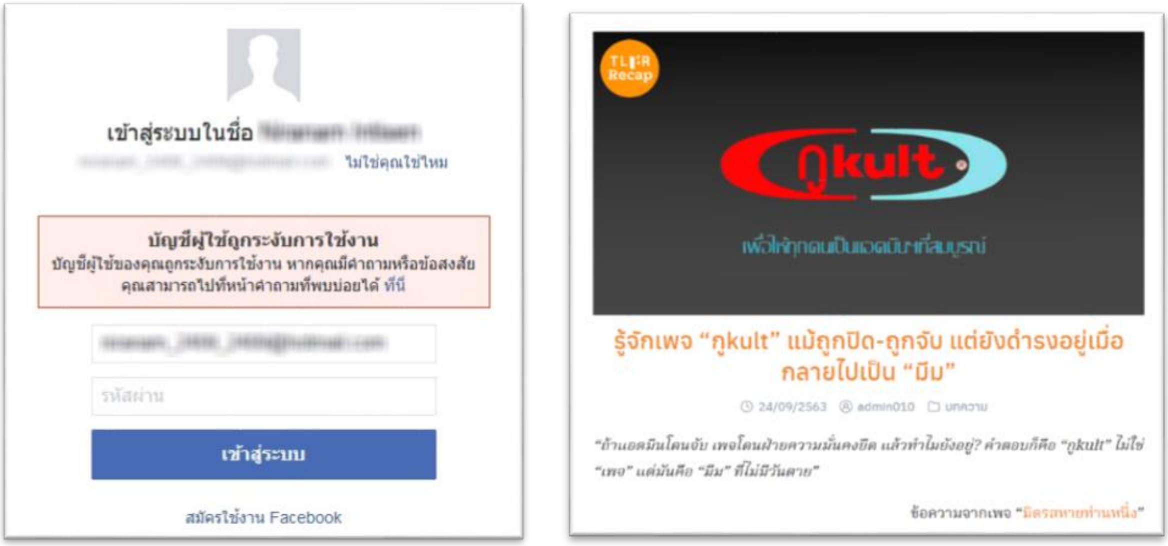
- การคุ้มครองเพิ่มเติมสำหรับผู้เยาว์ (Additional protection of minors) อาทิ คำขอลบบัญชีผู้ใช้ของผู้ที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ คำขอจากรัฐบาลให้ลบภาพการล่วงละเมิดเด็ก คำขอจากผู้ปกครองตามกฎหมายให้ลบเนื้อหาที่มีการโจมตีผู้เยาว์ เป็นต้น

ภาพที่ 229 คำเตือนต่อโพสต์ที่ละเมิดต่อนโยบายของเฟซบุ๊ก

ที่มา : www.web.facebook.com/

ภาพที่ 230 แจ้งการล็อกชั่วคราวบัญชีผู้ใช้งานชั่วคราว คำเตือนปิดการใช้งานของบัญชีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก

ที่มา : www.web.facebook.com/




ภาพที่ 231 บัญชีผู้ใช้ถูกระงับการใช้งานโดยเฟซบุ๊ก และภาพตัวอย่างข่าวที่มีเนื้อหาละเมิดนโยบายของเฟซบุ๊ก
ที่มา : www.web.facebook.com/

**มาตรการของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย : Facebook**

**นโยบายเพื่อกำกับดูแลการใช้งานแพลตฟอร์ม**

กำหนด “มาตรฐานชุมชน” (Community standard) โดยกำหนดลักษณะเนื้อหาที่ประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมอาจเข้าข่ายการละเมิดกฎ ได้แก่ ประเด็นที่ 1 การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นพฤติกรรมรุนแรง และเกี่ยวกับอาชญากรรม ประเด็นที่ 3 การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และ ประเด็นที่ 4 การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นการละเมิดต่อความซื่อสัตย์ และความถูกต้อง

**การจัดการของแพลตฟอร์ม**

การจำกัดการเข้าถึงเนื้อหา การลบเนื้อหา หรือลบการแสดงความคิดเห็น จำกัดการเข้าใช่งาน ระงับหรือยกเลิกบัญชีผู้ใช้งาน

**การรายงานเนื้อหาที่เข้าข่ายละเมิด**

การโพสต์ หรือการแชร์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นพฤติกรรมที่รุนแรง/ เกี่ยวเนื่องกับความปลอดภัย/ เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม/ การละเมิดต่อความซื่อสัตย์ ความถูกต้อง / การละเมิดต่อทรัพย์สินทางปัญญา/ การขอให้ตัดสินที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวกับประเด็นด้านที่กล่าวมา

**ระดับการจัดการของผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม**

รายงานบัญชีผู้ใช้งาน/ รายงานเนื้อหา/ รายงานความคิดเห็น/ รายงานกลุ่ม/ รายงานการสนทนาในกล่องข้อความ/ ซ่อนบัญชีผู้ใช้งาน / บล็อกบัญชีผู้ใช้งาน

ภาพที่ 232 สรุปมาตรการของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย : Facebook

### 3.2) มาตรฐานของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Twitter

ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นเครือข่ายข้อมูลระดับโลกแบบเรียลไทม์ (Real-time) ที่ให้ผู้ใช้งานสร้างและแบ่งปันความคิด รวมถึงข้อมูลได้ทันที เพื่อให้บริการด้านบทสนทนาสาธารณะ ทวิตเตอร์แสดงให้ผู้ใช้งานเห็นว่ามีประเด็นเรื่องราวใดเกิดอะไรขึ้นบนโลกบ้าง และในขณะนั้นผู้คนกำลังพูดถึงหรือสนใจประเด็นเรื่องราวใดอยู่[261] เมื่อทวิตเตอร์ถูกใช้งานได้อย่างหลากหลายจุดประสงค์ จึงได้มีการดำเนินการสอดคล้องกันเกี่ยวกับการควบคุมดูแลหรือระงับเนื้อหาการเคลื่อนไหวทางสังคมบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ดังต่อไปนี้

#### 3.2.1) กฎข้อบังคับของทวิตเตอร์ (The Twitter Rules)

จุดประสงค์ของทวิตเตอร์ คือ การให้บริการด้านบทสนทนาสาธารณะ ความรุนแรง การคุกคาม และประเภทของพฤติกรรมในลักษณะเดียวกันนี้แบบอื่น ๆ ทำให้ผู้คนไม่ต้องการแสดงความเป็นตัวเองและลดทอนคุณค่าของบทสนทนาสาธารณะทั่วโลก กล่าวได้ว่า ข้อบังคับของทวิตเตอร์ คือ การตรวจสอบให้มั่นใจว่าผู้ใช้งานทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในบทสนทนาสาธารณะได้ อย่างมีอิสระและมีความปลอดภัย ดังนั้น ทวิตเตอร์จึงได้จัดทำแนวปฏิบัติหลายด้าน เพื่อจุดประสงค์ในการบังคับใช้เพื่อการสร้างอิทธิพลเชิงบวก ตลอดจนส่งเสริม และรักษาพื้นที่สาธารณะที่สร้างสรรค์ ให้ปลอดภัยสำหรับผู้ใช้งานทุกรายในการใช้บริการ เพื่อการสนทนาได้อย่างเท่าเทียมกันโดยปราศจากอุปสรรคใด ๆ ซึ่งครอบคลุมขอบเขต[262] ดังนี้

##### 3.2.1.1) แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย (Safety)

- ความรุนแรง (Violence) ห้ามข่มขู่ที่จะใช้ความรุนแรงต่อบุคคลหรือกลุ่มคน ห้ามการส่งเสริมเรื่องความรุนแรง
- การก่อการร้ายหรือมีแนวความคิดแบบหัวรุนแรง (Terrorism or Violent extremism) ห้ามข่มขู่หรือส่งเสริมการก่อการร้ายหรือแนวความคิดแบบหัวรุนแรง
- การกระทำที่ไม่เหมาะสมหรือการคุกคาม (Abuse or Harassment) ห้ามมีส่วนร่วมในการคุกคามที่มีการกำหนดเป้าหมายไปที่บุคคลหรือยุยงให้ผู้อื่นกระทำเช่นนั้น ซึ่งรวมถึงความต้องการหรือมุ่งหวังให้ผู้อื่นได้รับอันตรายทางร่างกาย
- พฤติกรรมที่แสดงถึงความเกลียดชัง (Hateful conduct) ห้ามส่งเสริมความรุนแรง ข่มขู่ หรือคุกคามผู้อื่นในเรื่องเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ แหล่งกำเนิดของชนชาติ ชนชั้น รสนิยมทางเพศ เพศ อัตลักษณ์ทางเพศ ความเกี่ยวพันทางศาสนา อายุ ความทุพพลภาพ หรือโรคร้ายแรง

---

[261] Twitter, Inc. Twitter Rules and Policies: Guidelines for law enforcement. DOI: https://help.twitter.com/th/rules-and-policies/twitter-law-enforcement-support

[262] Twitter, Inc. Twitter Rules and Policies: The Twitter Rule. DOI: https://help.twitter.com/th/rules-and-policies/twitter-rules

- ผู้กระทำผิดเกี่ยวกับการโจมตีด้วยความรุนแรง (Perpetrators of violent attacks) ทวิตเตอร์จะทำการลบบัญชีที่ดำเนินการโดยบุคคลผู้กระทำผิดเกี่ยวกับการก่อการร้าย การมีแนวความคิดแบบหัวรุนแรง หรือการโจมตีด้วยความรุนแรงเป็นจำนวนมาก และอาจลบทวีตที่เผยแพร่แถลงการณ์หรือเนื้อหาอื่นที่จัดทำโดยผู้กระทำความผิด

- สื่อที่มีความอ่อนไหว ซึ่งรวมถึงภาพความรุนแรงและเนื้อหาสำหรับผู้ใหญ่ (Sensitive media including graphic violence and adult content)ห้ามโพสต์สื่อที่มีหรือแสดงความรุนแรงมากเกินไปหรือเนื้อหาสำหรับผู้ใหญ่ภายในวิดีโอถ่ายทอดสดหรือในข้อมูลส่วนตัวหรือภาพส่วนหัว ห้ามโพสต์สื่อที่มีการแสดงถึงความรุนแรงทางเพศหรือการทารุณทางเพศ

**3.2.1.2) แนวปฏิบัติด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)**

- ข้อมูลส่วนตัว (Private information) ห้ามเผยแพร่หรือโพสต์ข้อมูลส่วนตัวของบุคคลอื่น (เช่น หมายเลขโทรศัพท์บ้านและที่อยู่) โดยไม่ได้รับอนุญาตหรือความยินยอมอย่างชัดแจ้ง และห้ามข่มขู่ว่าจะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้อื่นทำเช่นนั้น

**3.2.1.3) แนวปฏิบัติด้านความถูกต้อง (Authenticity)**

- ความถูกต้องดีงามของพลเมือง (Civic Integrity) ห้ามใช้บริการบนทวิตเตอร์โดยมีจุดประสงค์ในการควบคุมหรือแทรกแซงในการเลือกตั้งหรือกระบวนการที่เกี่ยวกับพลเมือง ซึ่งรวมถึงการโพสต์หรือการแบ่งปันเนื้อหาที่อาจยับยั้งการมีส่วนร่วมหรือชักจูงผู้คนไปในทางที่ผิดเกี่ยวกับเวลา สถานที่ หรือวิธีการมีส่วนร่วมในกระบวนการที่เกี่ยวกับพลเมือง

- สื่อที่ปลุกปั่นและสร้างข่าวลวง (Synthetic and manipulated media) ห้ามแชร์สื่อที่ปลุกปั่นหรือสื่อที่สร้างข่าวลวงซึ่งชวนให้เข้าใจผิดที่อาจทำให้เกิดความเสียหาย นอกจากนี้ เราจะแสดงเครื่องหมายในทวีตที่มีสื่อที่ปลุกปั่นและสร้างข่าวลวงเพื่อช่วยให้ผู้คนเข้าใจถึงข้อมูลที่มีความถูกต้องและให้ข้อมูลแวดล้อมเพิ่มเติม

**3.2.2) คู่มือสำหรับการบังคับใช้กฎหมายบนทวิตเตอร์ (Guidelines for law enforcement)**

คู่มือนี้จัดทำขึ้นสำหรับเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมายที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีทวิตเตอร์ อธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับคำร้องขอเพื่อระงับเนื้อหาบนทวิตเตอร์ ข้อมูลทั่วไปอื่น ๆ ผ่านนโยบายความเป็นส่วนตัว ข้อตกลงการให้บริการ และข้อบังคับของทวิตเตอร์ โดยมีเนื้อหาที่ครอบคลุมแนวทางการปฏิบัติงาน[263] ดังนี้

---

[263] Twitter, Inc. Twitter Rules and Policies: Guidelines for law enforcement. DOI: https://help.twitter.com/th/rules-and-policies/twitter-law-enforcement-support

3.2.2.1) **คำร้องขอข้อมูลบัญชี (Account information requests)**

ข้อมูลส่วนตัวของบัญชีทวิตเตอร์มักประกอบด้วยรูปข้อมูลส่วนตัว รูปภาพส่วนหัว ภาพพื้นหลัง อัพเดทสถานะ ซึ่งเรียกว่าทวีต นอกจากนี้ เจ้าของบัญชีมีตัวเลือกในการระบุตำแหน่ง เช่น ซานฟรานซิสโก URL เช่น twitter.com และส่วนประวัติสั้น ๆ เกี่ยวกับบัญชีเพื่อแสดงบนข้อมูลส่วนตัวสาธารณะ

**3.2.2.2) การเก็บรักษาข้อมูล (Data retention information)**

ทวิตเตอร์เก็บรักษาข้อมูลหลายประเภทในระยะเวลาที่แตกต่างกันโดยเป็นไปตามข้อตกลงการให้บริการและนโยบายความเป็นส่วนตัว ด้วยเหตุที่การให้บริการของทวิตเตอร์เป็นแบบเรียลไทม์ (Real-time) ดังนั้น ข้อมูลบางอย่าง เช่น การบันทึกที่อยู่โปรโตคอลของอินเทอร์เน็ต (Internet Protocol: IP) อาจถูกเก็บไว้เป็นเวลาอันสั้น ซึ่งข้อมูลบางอย่างที่ถูกจัดเก็บจะมีการรวบรวมโดยอัตโนมัติในขณะที่ข้อมูลอื่น ๆ จะมีการระบุไว้ตามดุลยพินิจของผู้ใช้ ถึงแม้ว่าทวิตเตอร์จะจัดเก็บข้อมูลนี้ แต่ทาง ทวิตเตอร์ไม่สามารถรับประกันความถูกต้องของข้อมูลได้ ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้อาจสร้างข้อมูลส่วนตัวปลอมหรือเป็นนิรนาม เนื่องจากทวิตเตอร์ไม่ได้บังคับให้ใช้ชื่อจริง รวมถึงการยืนยันทางอีเมล หรือการยืนยันตัวตน ทั้งนี้ เมื่อบัญชีผู้ใช้ถูกปิดการใช้งานแล้ว จะยังคงมีช่วงระยะเวลาอันสั้นที่ทวิตเตอร์สามารถเข้าถึงข้อมูลบัญชี รวมถึงทวีตต่าง ๆ ของผู้ใช้งานได้ แต่โดยปกติแล้วเนื้อหาที่ถูกลบโดยเจ้าของบัญชี เช่น การทวีตข้อความจะไม่สามารถอ่านได้

**3.2.2.3) ผู้ควบคุมข้อมูล (Data controller)**

สำหรับผู้คนที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกา หรือประเทศอื่นใดที่อยู่นอกสหภาพยุโรปหรือเขตเศรษฐกิจยุโรป ผู้ควบคุมข้อมูลที่มีหน้าที่รับผิดชอบข้อมูลส่วนบุคคลคือ บริษัท Twitter, Inc. ซึ่งตั้งอยู่ในซานฟรานซิสโก แคลิฟอร์เนีย สำหรับผู้คนที่อาศัยอยู่ในสหภาพยุโรปหรือเขตเศรษฐกิจยุโรป ผู้ควบคุมข้อมูล คือ บริษัท Twitter International Unlimited Company ซึ่งตั้งอยู่ในเมืองดับลิน ประเทศไอร์แลนด์

**3.2.2.4) คำร้องขอให้สงวนข้อมูล (Preservation requests)**

ทวิตเตอร์ยอมรับคำร้องขอจากหน่วยงานที่มีอำนาจทางกฎหมายให้สงวนบันทึกไว้ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นหลักฐานที่เกี่ยวข้องในกระบวนการทางกฎหมาย ทวิตเตอร์สามารถทำการสงวนข้อมูลไว้แต่ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลนั้นได้ โดยจะบันทึกข้อมูลจากบัญชีที่เกี่ยวข้องไว้เป็นระยะเวลา 90 วัน ในระหว่างดำเนินการตามกระบวนการทางกฎหมายอย่างถูกต้อง

คำร้องขอให้สงวนข้อมูลตามกฎหมายที่ใช้บังคับควรมีลักษณะ ดังนี้

- ได้รับการลงนามโดยเจ้าหน้าที่ผู้ร้องขอ (Be signed by the requesting official)
- มีที่อยู่อีเมลตอบกลับอย่างเป็นทางการที่ถูกต้อง (Have a valid return official email address)

- ส่งโดยใช้หัวจดหมายของหน่วยงานการบังคับใช้กฎหมายในรูปแบบที่แก้ไขไม่ได้ (Be sent on law enforcement letterhead in a non-editable format)

- มีบัญชีผู้ใช้งาน @ชื่อผู้ใช้ และ URL ของข้อมูลส่วนตัวทวิตเตอร์ที่ต้องการ (Include the @username and URL of the subject Twitter profile) เช่น www.twitter.com/twittersafety (@twittersafety หรือหมายเลขระบุตัวตนสาธารณะของผู้ใช้ (UID) ที่ไม่ซ้ำกันของบัญชีทวิตเตอร์

**3.2.2.5) คำร้องขอข้อมูลบัญชีทวิตเตอร์ (Requests for Twitter account information)**

คำร้องขอข้อมูลบัญชีของผู้ใช้จากหน่วยงานการบังคับใช้กฎหมายจะต้องส่งตรงถึง Twitter, Inc. ในซานฟรานซิสโก แคลิฟอร์เนีย หรือ Twitter International Unlimited Company ในเมืองดับลิน ประเทศไอร์แลนด์ ทวิตเตอร์จะตอบสนองต่อกระบวนการทางกฎหมายที่ถูกต้องซึ่งออกตามกฎหมายที่ใช้บังคับคำร้องขอข้อมูลบัญชีทวิตเตอร์ตามกฎหมายที่ใช้บังคับควรมีลักษณะ ดังนี้

- ข้อมูลส่วนตัวจำเป็นต้องมีหมายเรียกพยานหรือคำสั่งศาล (Private information requires a subpoena or court order) ข้อมูลที่ไม่เป็นสาธารณะเกี่ยวกับผู้ใช้ทวิตเตอร์จะไม่ถูกเปิดเผยต่อหน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมาย เว้นแต่เป็นการทำตามกระบวนการทางกฎหมายอย่างถูกต้องเหมาะสม เช่น หมายเรียกพยาน คำสั่งศาล หรือกระบวนการทางกฎหมายอื่น หรือทำตามคำร้องขอในกรณีฉุกเฉิน

- เนื้อหาการสื่อสารจำเป็นต้องมีหมายค้น (Contents of communications requires a search warrant) คำร้องขอเนื้อหาการสนทนา เช่น ทวีต ข้อความส่วนตัว รูปภาพ จำเป็นต้องมีหมายค้นหรือเอกสารที่เทียบเท่าที่ถูกต้องจากหน่วยงานซึ่งมีเขตอำนาจตามกฎหมายอย่างเหมาะสม

- การจัดทำบันทึก (Production of records) ทวิตเตอร์สามารถให้บันทึกตอบกลับในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ไฟล์ข้อความที่เปิดได้ด้วยซอฟต์แวร์ประมวลผลคำเช่น Word หรือ TextEdit เว้นแต่จะมีการตกลงเป็นอย่างอื่น

- การรับรองบันทึก (Records authentication) บันทึกที่ทวิตเตอร์จัดทำขึ้น จะได้รับการลงนามทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรับรองความถูกต้องในขณะที่จัดทำ

- การคืนเงินค่าใช้จ่าย (Cost reimbursement) ทวิตเตอร์อาจขอให้มีการคืนเงินสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ได้จัดทำขึ้นตามกระบวนการทางกฎหมาย และตามที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย

**3.2.2.6) คำร้องขอเปิดเผยข้อมูลในกรณีฉุกเฉิน (Emergency disclosure requests)**

ทวิตเตอร์ประเมินคำร้องขอเปิดเผยข้อมูลในกรณีฉุกเฉินแต่ละกรณี โดยให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หากได้รับข้อมูลที่ทำให้เชื่อโดยสุจริตว่ามีเหตุฉุกเฉินเกี่ยวข้องกับอันตรายถึงชีวิต หรือการบาดเจ็บรุนแรง ซึ่งอาจเกิดขึ้นกับบุคคลหนึ่ง ทวิตเตอร์อาจให้ข้อมูลที่มีเท่าที่จำเป็นเพื่อป้องกันความเสียหายดังกล่าว โดยหากมีเหตุฉุกเฉินที่เกี่ยวข้องกับอันตรายถึงชีวิตหรือการบาดเจ็บรุนแรงซึ่งอาจเกิดขึ้นกับบุคคล ซึ่งทวิตเตอร์อาจมีข้อมูลที่จำเป็นเพื่อป้องกันเหตุนั้น เจ้าหน้าที่หน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมายสามารถส่งคำร้องขอเปิดเผยข้อมูลในกรณีฉุกเฉินได้ ผ่านไซต์การส่งคำร้องขอทางกฎหมาย อันเป็นวิธีที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพที่สุด ทั้งนี้ ต้องระบุข้อมูลต่อไปนี้ทั้งหมด คือ

- คำบ่งชี้บนใบปะหน้า (Cover sheet) โดยต้องพิมพ์ใต้หัวจดหมายของหน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมาย ระบุว่าส่งคำร้องขอเปิดเผยข้อมูลในกรณีฉุกเฉิน
- เอกลักษณ์ของบุคคล (Identity of the person) ผู้ที่ตกอยู่ในอันตรายถึงชีวิตหรือการบาดเจ็บทางร่างกายอย่างรุนแรง
- ลักษณะของเหตุฉุกเฉิน (The nature of the emergency) เช่น รายงานเรื่องการฆ่าตัวตาย การก่อการร้าย การขู่วางระเบิด เป็นต้น
- บัญชีผู้ใช้งาน @ชื่อผู้ใช้ และ URL ของทวิตเตอร์

เช่นwww.twitter.com/TwitterSafety (@twittersafety) ของบัญชีที่ต้องการ ซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลที่จำเป็นต่อการป้องกันเหตุฉุกเฉิน

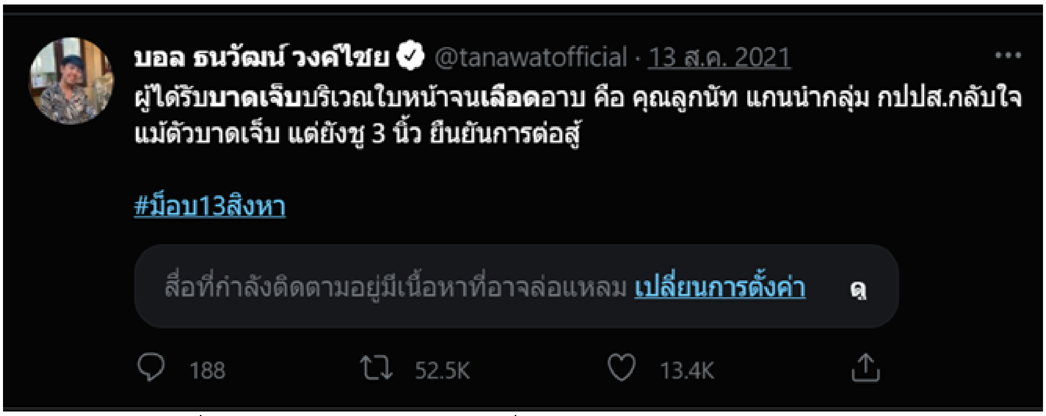
- ทวีตที่เฉพาะเจาะจงใด ๆ ที่ต้องการให้ทวิตเตอร์ตรวจสอบ
- ข้อมูลที่ร้องขออย่างเฉพาะเจาะจง (The specific information requested) ประกอบด้วยเหตุผลที่ข้อมูลดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็นต่อการป้องกันเหตุฉุกเฉิน
- ลายมือชื่อของเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมายซึ่งเป็นผู้ส่งคำร้องขอ (The signature of the submitting law enforcement officer)
- รายละเอียดหรือบริบทอื่นใดที่มีเกี่ยวกับสถานการณ์นั้น ๆ

**3.2.2.7) สนธิสัญญาความร่วมมือทางอาญา (Mutual Legal Assistance Treaties: MLAT)**

ทวิตเตอร์มีนโยบายที่จะตอบสนองโดยทันทีต่อคำร้องขอที่ออกผ่านสนธิสัญญาความร่วมมือทางอาญา (MLAT) หรือหนังสือสืบพยาน โดยตั้งอยู่บนกระบวนการที่ถูกต้องเหมาะสม เมื่อส่งคำร้องขอผ่านขั้นตอน MLAT ต้องระบุอย่างชัดเจนว่าคำร้องขอมาจาก MLAT และระบุชื่อประเทศต้นทาง

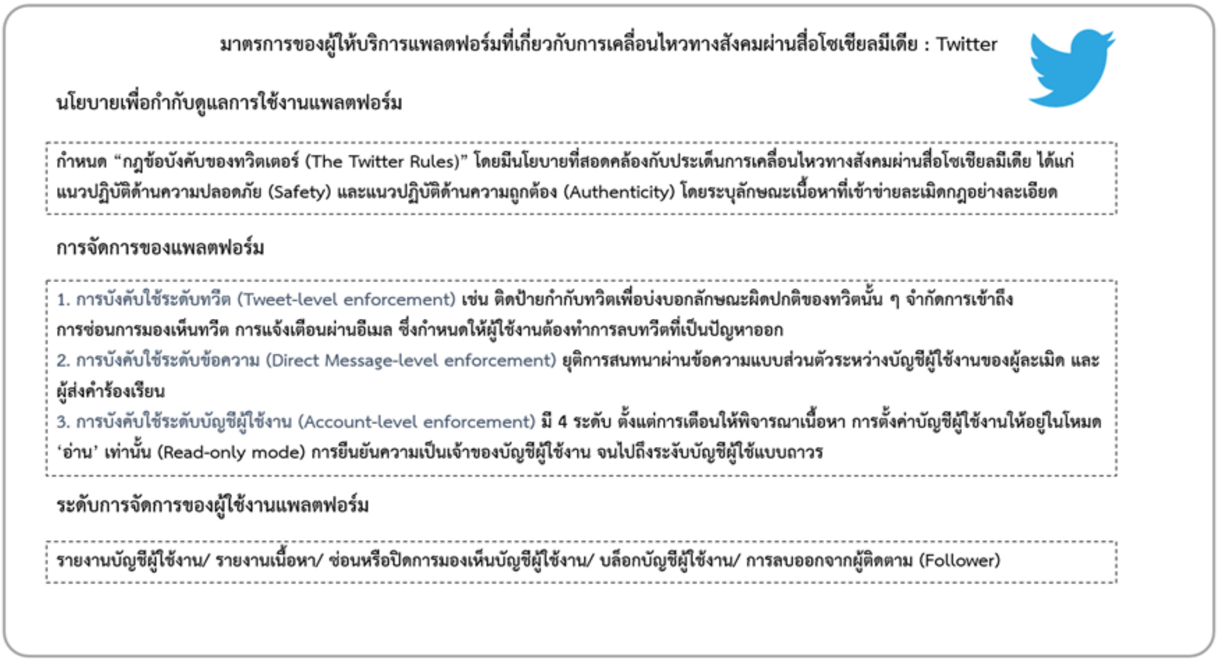
**3.2.2.8) คำร้องขอให้ทำการลบเนื้อหาออก (Content removal requests)**

หากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมายหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ต้องการให้มีการลบเนื้อหาที่อาจผิดกฎหมายออกจากทวิตเตอร์เนื่องจากละเมิดกฎหมายภายในประเทศนั้น สามารถส่งคำร้องขอให้มีการตรวจสอบเนื้อหาเพื่อดูการละเมิดที่เกิดขึ้น จากนั้นคำร้องขอจะถูกส่งไปยังฝ่ายที่เกี่ยวข้องของทวิตเตอร์และได้รับการดำเนินการตรวจสอบอย่างรวดเร็ว




ภาพที่ 233 ตัวอย่างการทวีตข้อความที่เข้าข่ายละเมิดกฎข้อบังคับของทวิตเตอร์
ที่มา: www.twitter.com/tanawatofficial/status/1426132081399123971

ภาพที่ 234 ตัวอย่างข่าวเจ้าหน้าที่ตำรวจจับกุมผู้ใช้งานทวิตเตอร์รายหนึ่ง
ที่ทวีตข้อความเข้าข่ายความผิดพ.ร.บ.คอมพิวเตอร์
ที่มา: www.www.bbc.com/thai/thailand-51577352




ภาพที่ 235 สรุปมาตรการของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย : Twitter

**3.3) มาตรฐานของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Youtube**

ยูทูป (Youtube) เป็นอีกหนึ่งแพลตฟอร์มสาธารณะที่มุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบสื่อมัลติมีเดีย และมีช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานอยู่ภายใต้เนื้อหาที่นำเสนอได้ ยูทูปได้ให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลเนื้อหาที่ปรากฏอยู่บนแพลตฟอร์มตามนโยบายและหลักเกณฑ์ ดังนี้

**3.3.1) นโยบายและหลักเกณฑ์ของยูทูป (Youtube Policies and guidelines)**

หลักเกณฑ์ของชุมชนช่วยให้ยูทูป เป็นชุมชนที่เปิดกว้างสำหรับผู้ผลิตเนื้อหา (Creators) ผู้รับชม (Viewers) และผู้ลงโฆษณา (Advertisers) ในส่วนเนื้อหาคลิปวิดีโอที่ละเมิดหลักเกณฑ์ของยูทูปจะไม่มีสิทธิ์สร้างรายได้ และจะถูกนำออกจากแพลตฟอร์ม โดยยูทูปเชื่อว่ามุมมองความคิดที่เปิดกว้างจะเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่สังคมที่มีความหลากหลาย รอบรู้ และทุกคนต่างก็สามารถมีส่วนร่วม ดังนั้น ยูทูปจึงมีนโยบายและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ตั้งแต่ด้านเนื้อหาและพฤติกรรมไปจนถึงลิขสิทธิ์ เพื่อช่วยสร้างชุมชนที่ปลอดภัยยิ่งขึ้นสำหรับผู้ผลิตเนื้อหา ผู้รับชม และผู้ลงโฆษณาอย่างครอบคลุม[264] ดังนี้

---

[264] Youtube. How thing work: Policies and guidelines.
DOI: https://www.youtube.com/intl/th/creators/how-things-work/policies-guidelines/

**3.3.2) นโยบายด้านการกำกับดูแลเนื้อหา**

ยูทูป มีการพัฒนา ‘หลักเกณฑ์ของชุมชน’ (Community Guidelines) เพื่อการบังคับใช้ในการกำกับดูแลสิ่งที่เกิดขึ้นภายในขอบเขตพื้นที่บนแพลตฟอร์ม จากการเผยแพร่ผ่านช่องทางบนยูทูป เพื่อจุดประสงค์ในการสร้างสรรค์ และรักษาพื้นที่ที่เป็นดั่งความสนุกสนาน บันเทิง และเพลิดเพลินสำหรับผู้ใช้งาน โดยเนื้อหา วิดีโอ ข้อความคิดเห็น ลิงก์ภายนอก หรือแม้แต่รูปขนาดย่อ (Thumbnails) ที่จะไม่ได้รับโอกาสในการปรากฏขึ้นบนแพลตฟอร์มยูทูป ประกอบไปด้วยลักษณะดังนี้[265]

**3.3.2.1) เนื้อหาที่มีเจตนาหลอกลวง ฉ้อโกง ทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิดหรือเป็นสแปม (Spam, Deceptive practices and Scams)** ซึ่งครอบคลุมไปจนถึงการแอบอ้างเป็นบุคคลอื่นผ่านรูปแบบ หรือวิธีการต่าง ๆ

**3.3.2.2) เนื้อหาที่มีความละเอียดอ่อน (Sensitive content)** ที่รวมถึงเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงถึงเรื่องทางเพศ และภาพเปลือย เนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงถึงความปลอดภัยของเด็ก ตลอดจนเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงถึงการฆ่าตัวตาย และการทำร้ายตนเอง

**3.3.2.3) เนื้อหาที่มุ่งแสดงความรุนแรง หรือเป็นอันตราย (Violent or dangerous content)** ที่ครอบคลุมถึงการกระทำ หรือการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับปัญหาการรังแกกันผ่านโลกไซเบอร์โดยตรง อาทิ การล่วงละเมิด และการรังแกผ่านโลกไซเบอร์ (Harassment and cyberbullying) เนื้อหาอันตราย หรือที่เป็นอันตราย (Harmful or dangerous content) การแสดงความเกลียดชังผ่านการสื่อสาร (Hate speech) อาชญากรรม (Violent criminal organizations) เนื้อหา หรือภาพประกอบที่รุนแรง (Violent or graphic content) รวมไปจนถึงการนำเสนอข้อมูลเท็จ (Mis-info policy) เป็นต้น

โดยพบว่าการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมบางสถานการณ์อาจเสี่ยงต่อการละเมิดหลักเกณฑ์และนโยบายด้านการกำกับดูแลเนื้อหาของยูทูป คือ นโยบายเกี่ยวกับเนื้อหาที่อันตรายหรือเป็นภัย (Harmful or dangerous content policies) ซึ่งทางยูทูปไม่อนุญาตให้แสดงเนื้อหาที่ส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นอันตรายหรือผิดกฎหมายซึ่งอาจทำให้เกิดการบาดเจ็บสาหัสหรือเสียชีวิต โดยระบุลักษณะที่เข้าข่ายเนื้อหาอันตรายหรือเป็นภัย เช่น การท้าทายที่เป็นอันตรายร้ายแรง (Extremely dangerous challenges) วิธีฆ่าหรือทำร้าย (Instructions to kill or harm) เหตุการณ์รุนแรงและการส่งเสริมหรือสนับสนุนโศกนาฏกรรมที่ร้ายแรง (Violent events) การสาธิตวิธีใช้คอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีสารสนเทศโดยมีเจตนาขโมยข้อมูลเข้าสู่ระบบ (Hacking) [266] เป็นต้น ในทางเดียวกัน เนื้อหาใน

---

[265] YouTube. Rules and Policies: Community Guidelines.

DOI: https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/

[266] Youtube. YouTube Policies: Harmful or dangerous content policies.

DOI: https://support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=en-GB

ประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เข้าข่ายเป็นเนื้อหาที่อันตรายหรือเป็นภัยดังที่กล่าวมาแล้ว ก็อาจเข้าข่ายลักษณะของเนื้อหาที่มีความรุนแรงหรือสยดสยองด้วยเช่นกัน

นโยบายเกี่ยวกับเนื้อหาที่มีความรุนแรงหรือสยดสยอง (Violent or graphic content policies) ทางยูทูประบุคำอธิบายอย่างชัดเจนว่า แพลตฟอร์มจะไม่อนุญาตให้แสดงเนื้อหาที่มีความรุนแรงหรือเต็มไปด้วยเลือดซึ่งมีเจตนาสร้างความตื่นตระหนกหรือทำให้ผู้ชมรู้สึกขยะแขยง หรือเนื้อหาที่ส่งเสริมให้ผู้อื่นกระทำความรุนแรง โดยลักษณะที่เข้าข่ายเนื้อหาที่มีความรุนแรงหรือสยดสยอง เช่น การยุยงให้ผู้อื่นกระทำความรุนแรงต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล การต่อสู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้เยาว์ (Fights involving minors) วิดีโอไฟล์ เสียงหรือรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุทางถนน ภัยธรรมชาติ สภาพหลังสงคราม สภาพหลังการโจมตีของผู้ก่อการร้าย การต่อสู้ในที่สาธารณะ การทำร้ายร่างกาย การพลีชีพ การทรมาน ศพ การประท้วงหรือการจลาจล การโจรกรรม กระบวนการทางการแพทย์ หรือสถานการณ์อื่น ๆ ที่มีเจตนาสร้างความตื่นตระหนกหรือทำให้ผู้ชมรู้สึกขยะแขยง วิดีโอไฟล์หรือรูปภาพของเหลวในร่างกาย เช่น เลือดหรืออาเจียน โดยมีเจตนาสร้างความตื่นตระหนกหรือทำให้ผู้ชมรู้สึกขยะแขยง วิดีโอไฟล์ดิบ (ภาพเคลื่อนไหวต้นฉบับที่ยังไม่ผ่านการตรวจสอบเนื้อหารุนแรง) ศพที่บาดเจ็บสาหัส เช่น แขนขาขาด รวมไปถึง ลักษณะเนื้อหาที่เข้าข่ายดัดแปลงจากเรื่องจริงหรือเป็นเรื่องที่แต่งขึ้น (Dramatised or fictional content) เช่น วิดีโอไฟล์เนื้อหาที่ดัดแปลงจากเรื่องจริงหรือแต่งขึ้น วิดีโอไฟล์ ภาพนิ่ง หรือเสียงที่มาจากการล่วงละเมิดทางเพศที่มีการกระทำรุนแรงต่อร่างกาย วิดีโอไฟล์ที่ถ่ายโดยผู้กระทำในเหตุการณ์ความรุนแรงที่ร้ายแรงหรือมีผู้เสียชีวิต ซึ่งมีภาพหรือเสียงของอาวุธ ความรุนแรง หรือเหยื่อที่ได้รับบาดเจ็บ[267] เป็นต้น

นอกจากนี้ การนำเสนอเนื้อหาในประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เป็นเหตุการณ์ยกระดับความรุนแรงมากขึ้น อาจถูกตีความว่าเข้าข่ายละเมิดนโยบายเกี่ยวกับองค์กรอาชญากรรมร้ายแรง หากเนื้อหาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีลักษณะดังต่อไปนี้ เช่น เนื้อหาที่ทำขึ้นโดยองค์กรก่อการร้ายหรือองค์กรอาชญากรรมร้ายแรง เนื้อหาที่ยกย่องหรือรำลึกถึงอาชญากรหรือผู้ก่อการร้ายที่มีชื่อเสียงเพื่อส่งเสริมให้ผู้อื่นก่อความรุนแรง เนื้อหาที่แสดงภาพเครื่องหมาย โลโก้ หรือสัญลักษณ์ขององค์กรก่อการร้ายหรือองค์กรอาชญากรรมร้ายแรงเพื่อยกย่องหรือส่งเสริมองค์กรเหล่านั้น[268] เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากการนำเสนอเนื้อหานั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ด้านการศึกษา สารคดี วิทยาศาสตร์ หรือศิลปะ ทางยูทูปอาจจำกัดอายุของผู้รับชมและขึ้นคำเตือนความรุนแรงปรากฏบนหน้าจอวิดีโอไฟล์ดังกล่าว

โดยสรุปแล้ว หากการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมเข้าข่ายละเมิดหลักเกณฑ์และนโยบายกำกับดูแลเนื้อหาของแพลตฟอร์มยูทูปตามที่กล่าวข้างต้น จะมีผล

---

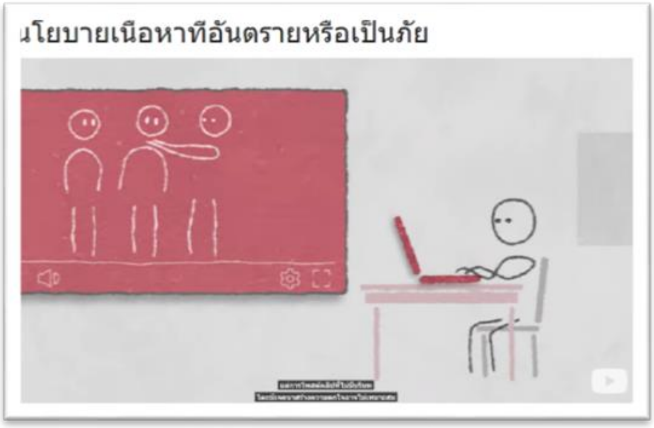
[267] Youtube. Youtube Policies: Violent or graphic content policies.

DOI: https://support.google.com/youtube/answer/2802008

[268] Youtube. Youtube Policies: Violent criminal organisations policy.

DOI: https://support.google.com/youtube/answer/9229472?hl=en-GB

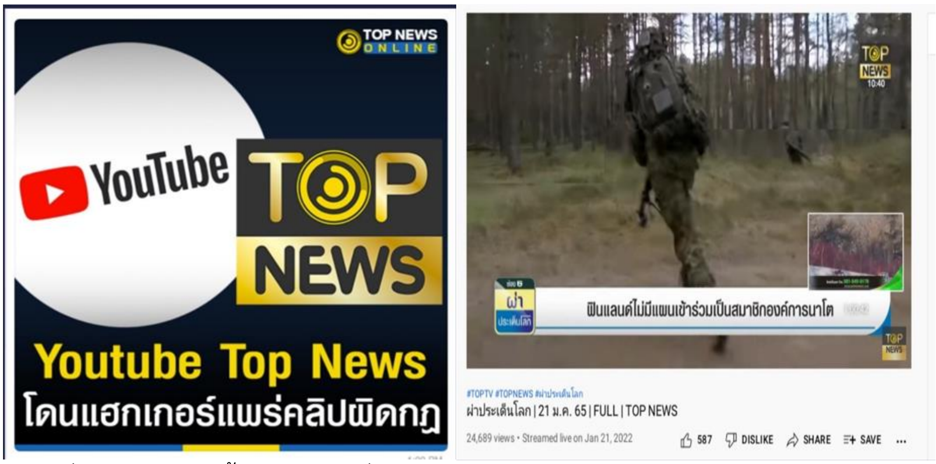
ทำให้ออกประกาศเตือน ถูกระงับการเผยแพร่เนื้อหา จนไปถึงถูกยกเลิกการใช้งานช่องหรือบัญชีผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม




ภาพที่ 236 ตัวอย่างเนื้อหาที่ละเมิดนโยบายและหลักเกณฑ์ของชุมชนแพลตฟอร์มยูทูป
ที่มา: www.support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=th

ภาพที่ 237 ตัวอย่างเนื้อหาที่ละเมิดนโยบายและหลักเกณฑ์ของชุมชนแพลตฟอร์มยูทูป
ที่มา: www.support.google.com/youtube/answer/2802008?hl=th

ภาพที่ 238 ตัวอย่างเนื้อหาที่ละเมิดนโยบายและหลักเกณฑ์ของชุมชนแพลตฟอร์มยูทูป
ที่มา: www.support.google.com/youtube/answer/9229472?hl=th




ภาพที่ 239 ตัวอย่างเนื้อหาจากช่องที่ละเมิดนโยบายและหลักเกณฑ์ของชุมชนแพลตฟอร์มยูทูป

ที่มา: www.www.topnews.co.th/news/330296 และ www.pantip.com/topic/41460005

**มาตรการของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย : Youtube**

**นโยบายในการกำกับดูแลการใช้งานแพลตฟอร์ม**

กำหนด "หลักเกณฑ์ของชุมชน" (Community Guidelines) โดยขอบเขตที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดียนั้นอยู่ในหมวดเนื้อหาที่มีความละเอียดอ่อน (Sensitive content) และเนื้อหาที่มุ่งแสดงความรุนแรง หรือเป็นอันตราย (Violent or dangerous content)

**การจัดการของแพลตฟอร์ม**

นำเนื้อหาที่มีการละเมิดออกจากแพลตฟอร์ม และส่งอีเมลให้ผู้ใช้บัญชีผู้เป็นเจ้าของเนื้อหาได้รับทราบ หากผู้ใช้งานรายเดิมการกระทำผิดซ้ำ เกิน 3 ครั้ง ภายในระยะเวลา 90 วัน (โดยได้รับการแจ้งเตือนผ่านอีเมล) หรือมีการละเมิดหลักเกณฑ์ของชุมชนอย่างรุนแรงเพียงครั้งเดียว จะถูกระงับบัญชีผู้ใช้งานทันที

**การรายงานเนื้อหาที่เข้าข่ายละเมิด**

เนื้อหาที่มีเจตนาหลอกลวง ฉ้อโกง ทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิด หรือเป็นสแปม/ เนื้อหาที่มีความละเอียดอ่อน/ เนื้อหาที่มุ่งแสดงความรุนแรง หรือเป็นอันตราย

**ระดับการจัดการของผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม**

รายงานเนื้อหาที่เป็นปัญหา/ การซ่อนความเห็นของผู้ใช้งานที่เป็นปัญหาออกจากช่อง/ การรายงานความเห็นที่เป็นปัญหา/ การลบความเห็น

ภาพที่ 240 สรุปมาตรการของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย : Youtube

### 3.4) มาตรฐานของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Instagram

อินสตาแกรม (Instagram) หรือที่เรียกอย่างสั้นว่า ไอจี (IG) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์รูปแบบแอปพลิเคชัน สามารถใช้สำหรับการโพสต์ข้อความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่พร้อมใช้งานบนแอปพลิเคชัน ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดข้อความ รูปภาพ และวิดีโอที่ต้องการนำเสนอให้ผู้ติดตามบัญชีผู้ใช้งานของตนเองเห็นได้ ในขณะเดียวกันก็สามารถติดตามบัญชีผู้ใช้งานคนอื่นเพื่อรับชมรูปภาพและวิดีโอที่ถูกนำเสนอได้เช่นกัน นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังสามารถแบ่งปันรูปภาพและวิดีโอไปยังแพลตฟอร์มอื่นได้

ช่องทางเหล่านี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากผู้ใช้งานทั่วโลก ผู้ให้บริการจึงมีนโยบายสำหรับการกำกับดูแลการใช้งานดังนี้

**นโยบายเพื่อกำกับดูแลการใช้งานแพลตฟอร์ม Instagram**

ผู้ใช้งานสามารถทำการรายงานเนื้อหาโพสต์หรือโปรไฟล์บนอินสตาแกรม ที่ไม่เป็นไปตาม "แนวทางปฏิบัติสำหรับชุมชน"[269] (Community Guidelines) ซึ่งแนวทางปฏิบัติของอินสตาแกรมมีขึ้นเพื่อที่จะสร้างชุมชนที่ปลอดภัยและเปิดกว้างให้กับทุกคน ระบุไว้ดังนี้

1) แชร์เฉพาะรูปภาพและวิดีโอที่ถ่ายเองหรือมีสิทธิ์ที่จะแชร์เท่านั้น (Share only photos and videos that you've taken or have the right to share)

2) โพสต์รูปภาพและวิดีโอที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย (Post photos and videos that are appropriate for a diverse audience)

3) ส่งเสริมการโต้ตอบที่มีคุณค่าและจริงใจ (Foster meaningful and genuine interactions)

4) ปฏิบัติตามกฎหมาย (Follow the law)

5) ให้เกียรติสมาชิกคนอื่น ๆ ในชุมชนอินสตาแกรม (Respect other members of the Instagram community)

6) รักษาสภาพแวดล้อมที่เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกันโดยไม่ยกย่องการทำร้ายตนเอง (Maintain our supportive environment by not glorifying self-injury)

7) พิจารณาถึงความเหมาะสมเมื่อโพสต์กิจกรรมที่น่าสนใจ (Be thoughtful when posting newsworthy events)

ในส่วนเหตุผลของการรายงานโพสต์ที่ผู้ใช้งานสามารถกดรายงาน เมื่อพบเจอเนื้อหาที่เข้าข่ายการละเมิด 'ข้อกำหนดเหตุผลการรายงานโพสต์เบื้องต้นในอินสตาแกรม'[270] ประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

- สแปม (Spam)
- ภาพโป๊เปลือยหรือกิจกรรมทางเพศ (Nudity or sexual activity)
- คำพูดที่แสดงความเกลียดชังหรือสัญลักษณ์ (Hate speech or symbols)
- ความรุนแรงหรือองค์กรที่เป็นอันตราย (Violence or dangerous organisations)
- การข่มเหงรังแกหรือการคุกคาม (Bullying or harassment)
- การขายสินค้าผิดกฎหมายหรือสินค้าควบคุม (Selling illegal or regulated goods)

---

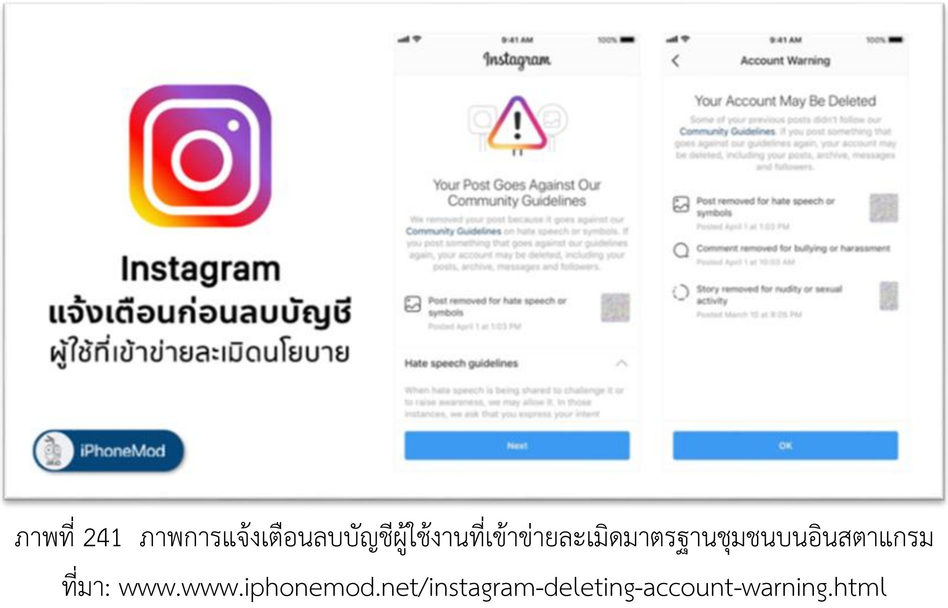
[269] แนวทางปฏิบัติสำหรับชุมชน อินสตาแกรม (Instagram). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2564. จาก https://help.instagram.com/477434105621119

[270] ข้อกำหนดเหตุผลการรายงานโพสต์เบื้องต้นในอินสตาแกรม (Instagram). สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2564. จาก https://help.instagram.com/192435014247952?helpref=page_content

- การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property violations)
- การฆ่าตัวตายหรือการทำร้ายตัวเอง (Suicide or self-injury)
- พฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ (Eating disorders)
- การหลอกลวงหรือการฉ้อโกง (Scams or fraud)
- ข้อมูลเท็จ (False information)

นอกจากนี้ หากบัญชีใดถูกสร้างขึ้นมาด้วยเจตนาเพื่อข่มเหงรังแกหรือก่อกวนบุคคลอื่นหรือหากรูปภาพหรือความคิดเห็นใดมีเจตนาเพื่อกลั่นแกล้งหรือก่อกวนบุคคลใดก็ตาม ผู้ใช้งานสามารถรายงานโปรไฟล์ที่มีการโพสต์เนื้อหาที่ไม่ควรโพสต์ การแอบอ้างเป็นบุคคลอื่นหรือเป็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี ได้เช่นเดียวกัน ซึ่งการรายงานจะไม่มีการระบุตัวตนผู้ใช้งานบัญชีที่รายงานจะไม่ทราบว่าใครเป็นผู้รายงาน เว้นแต่ว่าจะรายงานการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาถึงจะมีการระบุตัวตนผู้รายงาน โดยการรายงานความคิดเห็นที่มีการใช้งานที่ไม่เหมาะสมหรือสแปม บัญชีที่ถูกรายงานจะไม่ทราบว่าใครเป็นผู้รายงาน

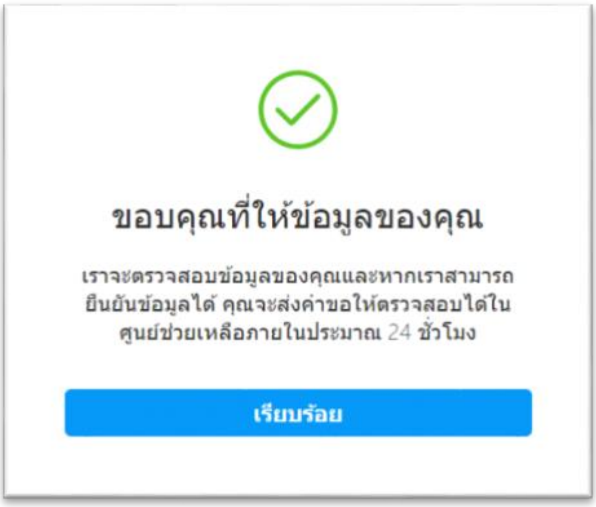
การพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้งจากอินสตาแกรม โดยปกติจะใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง หากพบว่าการตรวจสอบเนื้อหาเกิดความผิดพลาด ระบบจะแจ้งให้ผู้รายงานทราบและลบเนื้อหานั้นออกจากหน้าฟีดเจอร์ อย่างไรก็ตาม หากส่งคำขอให้ทางอินสตาแกรมตรวจสอบอีกครั้ง ซึ่งถ้าอินสตาแกรมยืนยันในคำตัดสินของการตรวจสอบเช่นเดิม ผู้รายงานสามารถยื่นอุทธรณ์คำตัดสินดังกล่าวต่อคณะกรรมการกำกับดูแลได้ แต่คำตัดสินเนื้อหาไม่ได้มีคุณสมบัติที่จะยื่นอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการกำกับดูแลได้ทุกรายการ เนื่องจากคณะกรรมการกำกับดูแลจะเลือกตรวจสอบเฉพาะการอุทธรณ์ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมบางรายการเท่านั้น ฉะนั้น คณะกรรมการอาจเลือกที่จะตรวจสอบการอุทธรณ์ของผู้รายงานที่ไม่เป็นไปตามกฎข้อบังคับและโครงสร้างของคณะกรรมการ[271]




ภาพที่ 241 ภาพการแจ้งเตือนลบบัญชีผู้ใช้งานที่เข้าข่ายละเมิดมาตรฐานชุมชนบนอินสตาแกรม
ที่มา: www.www.iphonemod.net/instagram-deleting-account-warning.html

---

271 กฎข้อบังคับและโครงสร้างของคณะกรรมการ ของอินสตาแกรม (Instagram). สืบค้นเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2565. จาก https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/01/Bylaws_v6.pdf



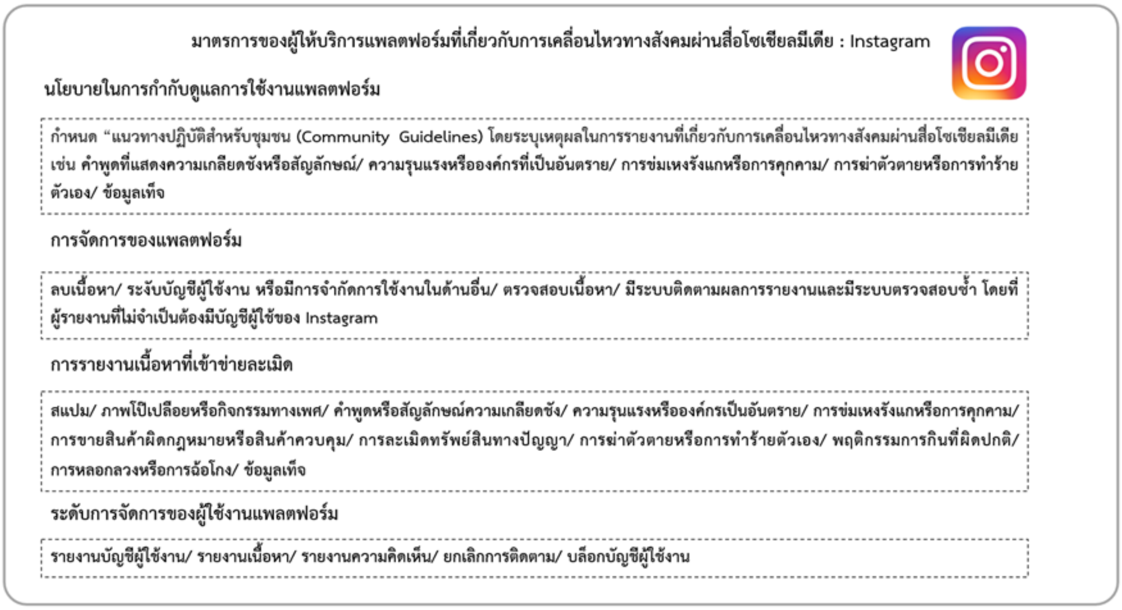

ภาพที่ 242 ภาพการรายงานข้อมูลบนอินสตาแกรม

ที่มา: www. instagram.com

ภาพที่ 243 ภาพการถูกล็อกบัญชีผู้ใช้งานชั่วคราวบนอินสตาแกรม

ที่มา: www. instagram.com

ภาพที่ 244 ภาพการถูกปิดบัญชีผู้ใช้งานบนอินสตาแกรม




ภาพที่ 245 สรุปมาตรการของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย : Instagram

**3.5) มาตรฐานของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม TikTok**

ติ๊กตอก (TikTok) เป็นเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ในรูปแบบแอปพลิเคชัน การให้บริการแพลตฟอร์มนี้ต้องการจุดประกายความคิดสร้างสรรค์และมอบความสุขให้กับผู้ใช้งาน โดยอ้างอิงจากพันธกิจของแพลตฟอร์ม คือการสร้างชุมชนระดับโลกที่ผู้คนสามารถสร้างสรรค์และแบ่งปัน ค้นพบโลกรอบตัว และติดต่อกับผู้คนจากทั่วโลก ทางติ๊กตอกมุ่งมั่นที่จะรักษาสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม ติ๊กตอกจึงกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับชุมชน รวมถึงบรรทัดฐานและจรรยาบรรณทั่วไป เพื่อสร้างพื้นที่ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรสำหรับทุกคน[272] ผ่านนโยบายเพื่อกำกับดูแลการใช้งานแพลตฟอร์ม TikTok ไว้ดังนี้

ติ๊กตอก ให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของความปลอดภัย ความหลากหลาย การยอมรับ ความแตกต่าง และความถูกต้องแท้จริง อีกทั้งยังสนับสนุนให้ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาเชิดชูความเป็นตัวของตัวเองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสนับสนุนให้ผู้รับชมมีส่วนร่วมกับสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับตนเอง ทั้งนี้ ทางติ๊กตอกเชื่อว่าสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจะช่วยให้ผู้ใช้งานทุกคนสามารถทำสิ่งเหล่านี้ได้อย่างเปิดเผย นอกจากนี้ ติ๊กตอกได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับความเป็นชุมชนออนไลน์ระดับโลก และพยายามคำนึงถึงค่านิยมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ในแต่ละท้องถิ่นที่ได้ให้บริการเข้าถึงแพลตฟอร์ม นำไปสู่การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อ การมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างจริงใจโดยการส่งเสริมเนื้อหาที่มีความแท้จริงบนแพลตฟอร์ม ดังนั้น เพื่อให้การใช้งานบนแพลตฟอร์มเป็นไปตามพันธกิจ ติ๊กตอกจึงกำหนด 'แนวทางปฏิบัติของชุมชน'[273] (Community Guidelines) โดยมีรายละเอียดแจ้งให้ผู้ใช้งานร่วมกันปฏิบัติตามดังนี้

---

[272] TikTok. Community Guidelines. DOI: https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=en#36

[273] TikTok. Community Guidelines. DOI: https://support.tiktok.com/th/safety-hc/account-and-user-safety/community-guidelines

**3.5.1) ความปลอดภัยของผู้เยาว์ (Minor Safety)** ไม่อนุญาตให้มีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการทารุณกรรม การทำร้าย การทำให้ตกอยู่ในอันตราย หรือแสวงประโยชน์จากผู้เยาว์ เนื้อหาใด ๆ ที่เข้าข่ายลักษณะเหล่านี้ถือเป็นการละเมิดข้อบังคับของแพลตฟอร์มและจะถูกลบออกเมื่อมีการตรวจพบ

**3.5.2) พฤติกรรมอันตรายและเกมท้าทาย (Dangerous acts and challenges)** ไม่อนุญาตให้ผู้ใช้งานแชร์เนื้อหาที่ปรากฏให้เห็น ส่งเสริม เชิดชู หรือทำให้พฤติกรรมอันตรายที่อาจนำไปสู่การบาดเจ็บรุนแรงหรือเสียชีวิตเป็นสิ่งปกติ

**3.5.3) การฆ่าตัวตาย, การทำร้ายตัวเอง และพฤติกรรมการกินผิดปกติ (Suicide, self-harm, and disordered eating)** ไม่อนุญาตให้มีเนื้อหาที่ปรากฏให้เห็น ส่งเสริม เชิดชู หรือทำให้พฤติกรรมที่อาจนำไปสู่การฆ่าตัวตาย, ทำร้ายตัวเอง หรือพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ เป็นสิ่งปกติ อย่างไรก็ตาม ติ๊กตอกสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนได้แบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัวเกี่ยวกับปัญหาเหล่านี้ด้วยวิธีที่ปลอดภัยเพื่อสร้างความตระหนักและได้รับกำลังใจจากผู้คนในชุมชน

**3.5.4) การเปลือยกายและพฤติกรรมทางเพศในผู้ใหญ่ (Adult nudity and sexual activities)** ไม่อนุญาตให้มีภาพเปลือย, ภาพลามก หรือเนื้อหาที่มีลักษณะทางเพศอย่างโจ่งแจ้งบนแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ ยังห้ามไม่ให้มีเนื้อหาที่ปรากฏหรือสนับสนุนกิจกรรมทางเพศที่ไม่ได้รับความยินยอมการแชร์ภาพอนาจารที่ไม่ได้รับความยินยอม และการชักชวนทางเพศในผู้ใหญ่

**3.5.5) การข่มเหงรังแกและการคุกคาม (Bullying and harassment)** ไม่ยินยอมให้สมาชิกในชุมชนถูกทำให้อับอาย ถูกข่มเหงรังแก หรือถูกคุกคาม เนื้อหาหรือพฤติกรรมดูถูกเหยียดหยามอาจส่งผลให้เกิดความทุกข์ใจอย่างรุนแรงและจะถูกลบออกจากแพลตฟอร์ม

**3.5.6) พฤติกรรมแสดงความเกลียดชัง (Hateful behavior)** ไม่อนุญาตให้มีเนื้อหาที่ประกอบด้วยคำพูดแสดงความเกลียดชังหรือมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมแสดงความเกลียดชัง โดยจะลบเนื้อหานั้นออกจากแพลตฟอร์ม

**3.5.7) อุดมการณ์สุดโต่งที่รุนแรง (Violent extremism)** ไม่อนุญาตให้บุคคลใดใช้แพลตฟอร์มเพื่อข่มขู่หรือยั่วยุให้เกิดความรุนแรง หรือเพื่อส่งเสริมองค์กร บุคคล หรือการกระทำที่มีอุดมการณ์สุดโต่งที่รุนแรง หากตรวจสอบพบจะทำการระงับบัญชีผู้ใช้งานนั้น และจะรายงานภัยคุกคามไปยังหน่วยงานทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

**3.5.8) บูรณภาพและความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Integrity and authenticity)** ไม่อนุญาตกิจกรรมที่อาจทำลายบูรณภาพของแพลตฟอร์มของเราหรือความถูกต้องน่าเชื่อถือของผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม โดยจะลบเนื้อหาหรือบัญชีผู้ใช้งานที่เกี่ยวข้องกับสแปม หรือการมีส่วนร่วมแบบปลอมแปลง การแอบอ้างเป็นบุคคลอื่น หรือข้อมูลที่ทำให้เกิดการเข้าใจผิดซึ่งก่อให้เกิดอันตรายอย่างมีนัยสำคัญ

**3.5.9) การกระทำที่ผิดกฎหมายและสินค้าควบคุม (Illegal activities and regulated goods)** ติ๊กตอกห้ามไม่ให้มีการแลกเปลี่ยน ขาย โฆษณา และใช้สินค้าควบคุมบางประเภท ตลอดจนการส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกต่ออาชญากรรม รวมถึงการแสวงหาประโยชน์จากมนุษย์ เนื้อหา

อาจถูกลบออกหากมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือสินค้าที่อยู่ภายใต้การควบคุมหรือผิดกฎหมายในภูมิภาคส่วนใหญ่หรือในโลก

**3.5.10) เนื้อหาที่มีความรุนแรงและโจ่งแจ้ง** (Violent and graphic **content)** ติ๊กตอกไม่อนุญาตให้มีเนื้อหาบนแพลตฟอร์มที่สร้างความตื่นตระหนกอย่างไร้เหตุผล มีลักษณะโจ่งแจ้ง ซาดิสท์ หรือน่าสยดสยอง หรือส่งเสริม ยกย่อง หรือให้ทำให้ความรุนแรงหรือความทุกข์ทรมานอย่างรุนแรงเป็นเรื่องปกติ เมื่อมีภัยคุกคามต่อความปลอดภัยทางสาธารณะจะทำการระงับบัญชีผู้ใช้งานนั้นทันที และรายงานไปยังหน่วยงานทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

**3.5.11) การละเมิดลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า** (Copyright and **trademark infringement)** ติ๊กตอกสนับสนุนให้ทุกคนสร้างและแบ่งปันเนื้อหาที่ตนได้สร้างขึ้นใหม่ด้วยตนเอง เนื้อหาที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นไม่ได้รับอนุญาตให้อยู่บนแพลตฟอร์มและจะถูกลบออกหากตรวจสอบพบ ทั้งนี้ การใช้งานที่มีลิขสิทธิ์ในบางกรณี เช่น ตามหลักการใช้โดยชอบธรรม (fair use doctrine) หรือภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ หรือการใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อการอ้างอิง แสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ ล้อเลียน สร้างแฟนเพจ หรือรีวิวผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างถูกต้อง ไม่เป็นการฝ่าฝืนนโยบายนี้

**3.5.12) ความปลอดภัยของแพลตฟอร์ม** (Platform security) ติ๊กตอกไม่ยินยอมให้มีการเข้าถึงแพลตฟอร์มซึ่งรวมถึงเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เครือข่ายที่เกี่ยวข้องของติ๊กตอกด้วยวิธีการที่ไม่ได้รับอนุญาต

ภาพที่ 246 ภาพคำแนะนำด้านความปลอดภัยสำหรับผู้ใช้งานบนติ๊กตอก

ที่มา: www.newsroom.tiktok.com/th-th/safety-tips-and-tricks-by-tiktok-thailand

นอกจากนี้ ทางติ๊กตอกยังระบุคำแนะนำการสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม ให้เป็นไปอย่างสร้างสรรค์ โดยให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของความปลอดภัย รวมถึงความหลากหลาย การยอมรับความแตกต่าง และความถูกต้องแท้จริง เนื้อหาที่สร้างสรรค์และได้รับอนุญาตและไม่ได้รับอนุญาตให้โพสต์นำเสนอบนแพลตฟอร์ม มีคุณสมบัติดังนี้[274]

| **คำแนะนำการสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม ให้เป็นไปอย่างสร้างสรรค์บน Tiktok** | |
|---|---|
| **เนื้อหาที่สร้างสรรค์และได้รับอนุญาตให้โพสต์** | **เนื้อหาที่ไม่ได้รับอนุญาตให้โพสต์** |
| 1. เนื้อหาที่สนุกสนาน สร้างประโยชน์ให้แก่ผู้อื่น | 1. เนื้อหาดูถูกเหยียดหยาม ล้อเลียน ไม่ให้เกียรติผู้อื่น |
| 2. เนื้อหาที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ | 2. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดทุกประเภท ซึ่งรวมถึงบุหรี่ไฟฟ้าด้วย |
| 3. เนื้อหาที่ให้ความรู้ ส่งเสริมการเรียนรู้ เปิดโลกกว้าง | 3. เนื้อหาที่แสดงถึงพฤติกรรมสุ่มเสี่ยง นำไปสู่การบาดเจ็บรุนแรงหรือเสียชีวิต |
| 4. เนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ ให้กำลังใจ ส่งต่อความสุข | 4. เนื้อหาลามกอนาจาร โป๊เปลือย |
| 5. เนื้อหาที่แปลกใหม่ มีความน่าสนใจ หรืออยู่ในกระแสสังคม | 5. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการฆ่าตัวตาย |
| 6. เนื้อหาที่มีความเป็นตัวของตัวเอง มีความจริงแท้จริงใจ | 6. เนื้อหาที่มีภาพสยอดสยอง |
| 7. เนื้อหาที่ช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาสังคมให้น่าอยู่ | 7. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพนัน |
| 8. เนื้อหาที่แสดงถึงความหลากหลาย เท่าเทียม ให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน | 8. เนื้อหาที่ทำให้ผู้คนตกใจด้วยความรุนแรงทุกรูปแบบ |
| 9. เนื้อหาที่ส่งต่อแรงบันดาลใจ แรงขับเคลื่อน จุดประกายความคิดให้แก่ผู้อื่น | 9. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ |
| 10. เนื้อหาที่แสดงถึงทัศนคติเชิงบวก | 10. เนื้อหาที่มีการทำร้ายร่างกายและจิตใจ หรือทารุณกรรมเด็ก |

สิ่งสำคัญที่ติ๊กตอกเน้นย้ำอย่างยิ่ง คือ ประสบการณ์การใช้งานบนแพลตฟอร์มแบบเต็มรูปแบบ ซึ่งมีไว้สำหรับผู้ที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป และทางติ๊กตอกจะดำเนินการลบบัญชีใช้งานของผู้ที่สงสัยว่ามีอายุน้อยกว่าที่กำหนดอีกด้วย ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นเพียงกรณีตัวอย่างเท่านั้น โดยผู้ใช้งานทุกคน

[274] Do You Know? คอนเทนต์แบบไหนจะไม่โดนปิดการมองเห็นบน TikTok. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2565. จาก https://newsroom.tiktok.com/th-th/do-and-do-not-content-on-tiktok

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ‘แนวทางปฏิบัติสำหรับชุมชน’[275] (Community Guidelines) ที่ระบุไว้ข้างต้น

ภาพที่ 247 ภาพคำแนะนำการสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับผู้ใช้งานบนติ๊กตอก

ที่มา: www.newsroom.tiktok.com/th-th/do-and-do-not-content-on-tiktok

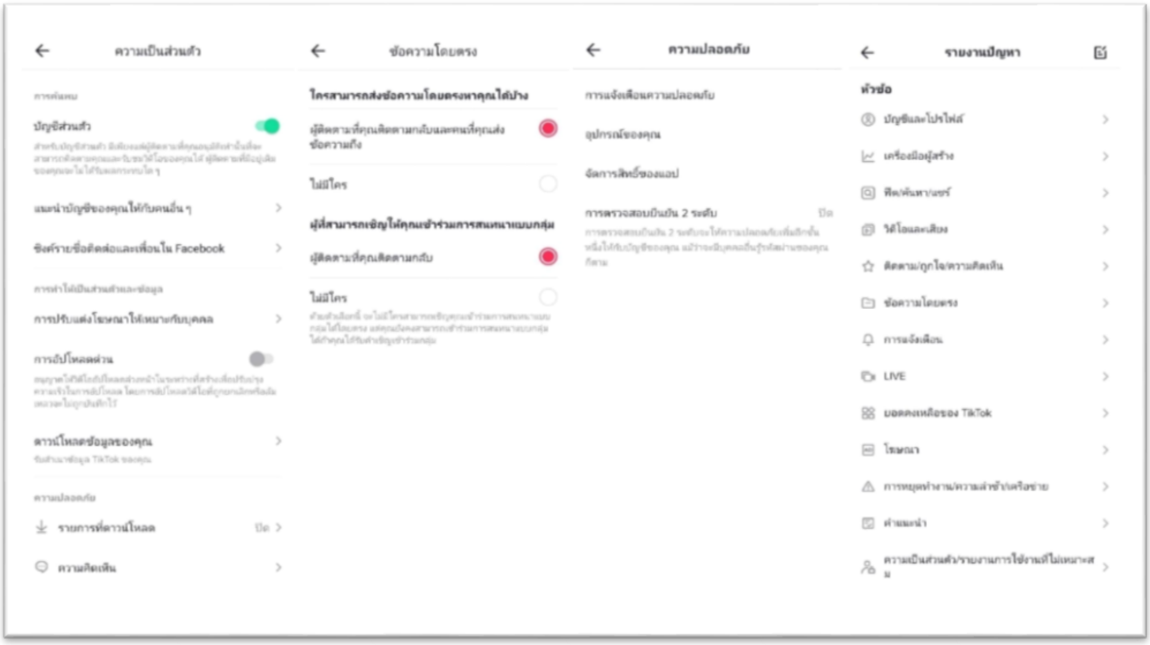
ด้านการรายงานเนื้อหาที่เป็นปัญหา ติ๊กตอก ยังมีทางเลือกอื่น เมื่อพบเนื้อหาที่เข้าข่ายลักษณะการละเมิดแนวทางปฏิบัติของชุมชน ผู้ใช้งานแพลตฟอร์มสามารถกระทำการรายงานไปยังติ๊กตอกได้ อาทิ รายงานวิดีโอไลฟ์ รายงานข้อความคิดเห็นในไลฟ์ รายงานวิดีโอ รายงานข้อความคิดเห็น รายงานข้อความตรง รายงานบัญชีผู้ใช้ รายงานเสียง รวมถึงการ รายงานแฮชแท็ก ที่เป็นปัญหา หรือขัดต่อการส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมแห่งเชื่อมต่อเพื่อการแบ่งปันอย่างสร้างสรรค์ของผู้ใช้งาน[276]

นอกเหนือจากการลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมแล้ว ติ๊กตอกยังช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถปรับแต่งประสบการณ์ผ่านการใช้เครื่องมือและแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย รวมถึงวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการกลั่นกรองความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหา การลบหรือรายงานความคิดเห็นหลายรายการพร้อมกันและการบล็อคบัญชี

[275] TikTok. Community Guidelines. DOI: https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=en#36

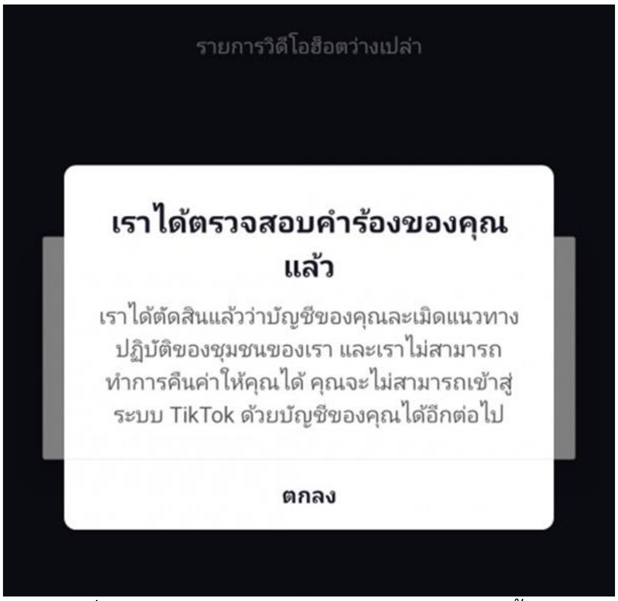
[276] TikTok. Taking Action against Bullying and Harassment. DOI: https://newsroom.tiktok.com/en-us/taking-action-against-bullying-and-harassment/

นอกจากนี้ ติ๊กตอกยังได้เพิ่มข้อความการแจ้งเตือนที่จะกระตุ้นให้ผู้คนพิจารณาถึงผลกระทบของคำพูดของตนเองก่อนที่จะโพสต์ความคิดเห็นที่ไม่สุภาพหรือเข้าข่ายการละเมิดผู้อื่น[277]




ภาพที่ 248  ภาพการรายงานปัญหาสำหรับผู้ใช้งานบนติ๊กตอก

ที่มา: www.newsroom.tiktok.com/th-th/safety-tips-and-tricks-by-tiktok-thailand



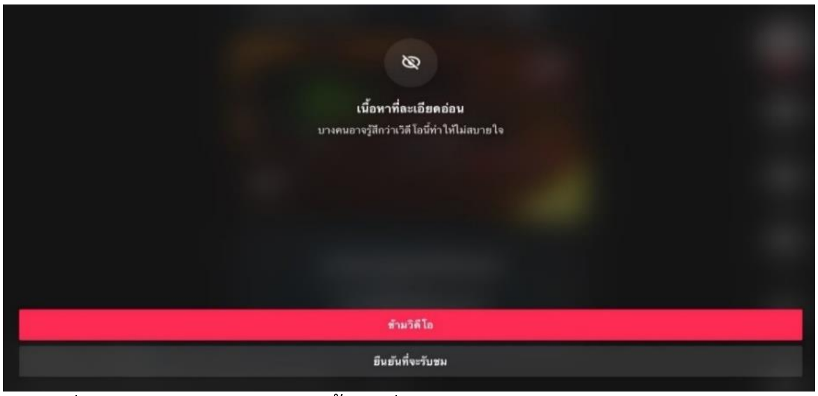

ภาพที่ 249  ภาพการตรวจสอบบัญชีผู้ใช้งานโดยติ๊กตอก

ที่มา: www.pantip.com/topic/40756332

[277] TikTok เดินหน้าต่อต้านการคุกคามและการสร้างความเกลียดชัง เปิดรายงานการบังคับใช้หลักเกณฑ์สำหรับชุมชน ประจำไตรมาส 2 ปี 2564. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2565. จาก https://newsroom.tiktok.com/th-th/tiktok-q-2-2021-community-guidelines-enforcement-report-our-continued-fight-against-hate-and-harassment

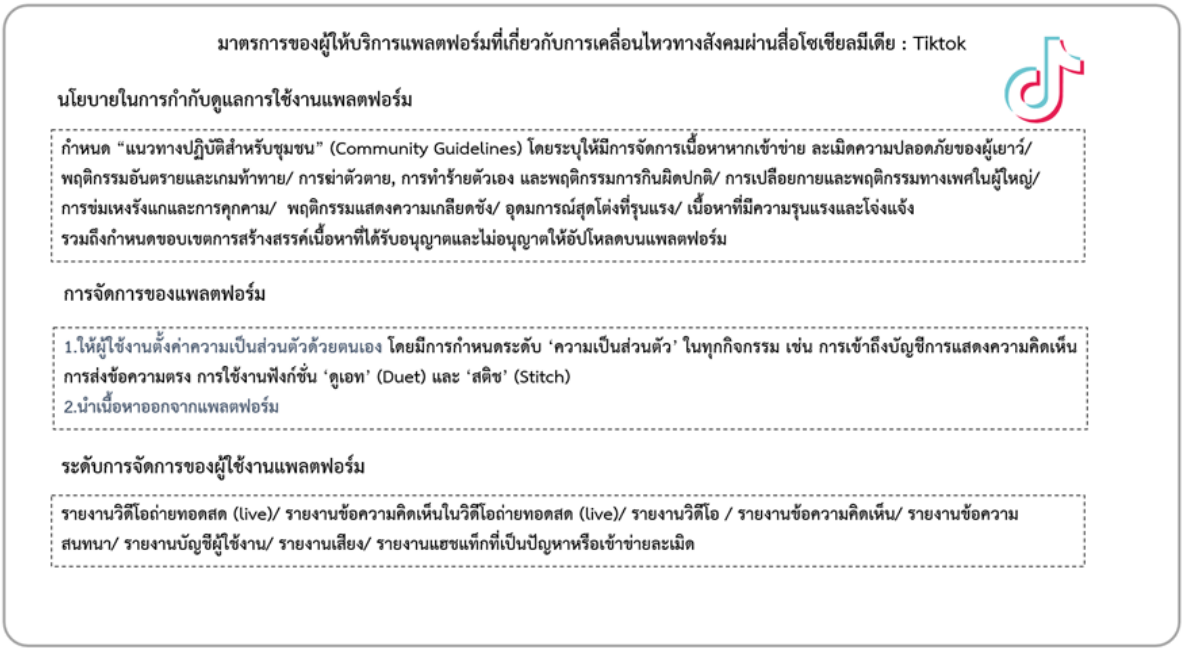
ภาพที่ 250 ภาพการถูกระงับบัญชีผู้ใช้งานโดยติ๊กตอก

ที่มา: www.www.it24hrs.com/2022/remove-tiktok-ghost-account/




ภาพที่ 251 ภาพการแจ้งเตือนเนื้อหาที่ละเอียดอ่อนก่อนกดรับชมหรือข้ามวิดีโอ

ที่มา : www.www.tiktok.com/




ภาพที่ 252 สรุปมาตรการของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย : Tiktok

#### 3.2.1.3 นิยามกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมออนไลน์

**1) พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere)**

ในสังคมที่มีเสรีภาพ คนทุกกลุ่มควรจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องผลประโยชน์จากมิติต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน และกลไกทางสังคมกลไกหนึ่งที่จะสร้างสมดุลระหว่างมิติต่าง ๆ นั้นก็คือ “พื้นที่สาธารณะ” (Public Sphere) เนื่องจากคุณสมบัติประการหนึ่งของ “ความเป็นพื้นที่สาธารณะ” คือ ในพื้นที่ดังกล่าว คนทุกคนจะสามารถสื่อสารได้อย่างเต็มที่ และพื้นที่สาธารณะจะต้องทำหน้าที่เป็นกลไกที่เข้มแข็งพอที่จะไม่ปล่อยให้ผลประโยชน์ส่วนตัวของคนบางคน/คนบางกลุ่มเข้ามาครอบงำได้ ส่วนพื้นที่สาธารณะจะเข้มแข็งได้หรือไม่นั้น ต้องมีเงื่อนไขทางสังคมบางประการมารองรับ คือ การมีเสรีภาพทางความคิดและข้อถกเถียงกันบนหลักเหตุและผลหลากหลายประเภท ซึ่งปัจจุบันสังคมยังขาดเงื่อนไขดังกล่าว[278]

แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ตามทัศนคติของ Jurgen Habermas (เจอร์เกน ฮาเบอร์มาส)[279] ได้นิยามว่า พื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” (Sense of public) พื้นที่เช่นนี้มีความสำคัญมากสำหรับสังคมประชาธิปไตย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่บุคคลเข้าไปในพื้นที่นั้นจะมีสถานะเป็น “ผู้กระทำการ” (Actor) ที่มีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันในการตัดสินใจโดยผ่านกระบวนการสื่อสารแบบอภิปรายโต้แย้งกันด้วยการใช้เหตุใช้ผลเชิงการสื่อสาร (Communication rationality) เพื่อตัดสินใจหาคำตอบที่ดีที่สุดร่วมกัน มิใช่การตัดสินใจบนฐานอำนาจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือตัดสินใจตามแบบประเพณีที่เคยปฏิบัติต่อกันมา

ฮาเบอร์มาส อธิบายพื้นที่สาธารณะต่อยอดแนวคิดจากนักปรัชญารุ่นดั้งเดิม เช่น Georg Friedrich Hegel (จอร์จ เฟเดอริค เฮเกล) Karl Marx (คาร์ล มาร์กซ์) Antonio Gramsci (อันโตนิโอ กรัมชี่) ฯลฯ ที่แยกพื้นที่ในสังคมออกเป็น 2 ส่วน โดยในแต่ละพื้นที่นั้นมีกลไกวิธีทำงานกันคนละแบบและมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

นักปรัชญาเช่นเฮเกล[280] ได้แบ่งพื้นที่ในสังคมออกเป็น 2 ส่วน โดยใช้เกณฑ์เรื่องความเป็นส่วนรวมและส่วนตัว เรื่องราวที่เป็นผลประโยชน์ส่วนรวมนั้นจะเป็นพื้นที่สาธารณะที่เรียกว่า Political Society เช่น เรื่องการเมืองการปกครอง ซึ่งในชั้นต่อมา กรัมชีได้ขยายว่าการทำงานของกลไกรัฐใน Political Society นี้ คือ กลไกรัฐด้านการควบคุมปราบปราม (Repressive apparatus) เช่น ศาล กฎหมาย ตำรวจ ทหาร รัฐสภา พรรคการเมือง คุก อีกส่วนหนึ่งเป็นพื้นที่ที่ปัจเจกใช้อย่างเป็นส่วนตัว เรียกว่า Civil Society เช่น ชีวิตในครอบครัว การทำงาน ชีวิตวัฒนธรรมของบุคคล ฯลฯ พื้นที่ส่วนนี้ทำงานด้วยกลไกรัฐด้านอุดมการณ์ (Ideological apparatus) เช่น การสั่งสอนของศาสนา การปลูกฝังค่านิยมผ่านสื่อมวลชน การอบรมจากพ่อแม่ เป็นต้น

---

[278] ฐิตินบ โกมลนิมิ. (2556, พฤศจิกายน 10). การสร้างพื้นที่สาธารณะเพื่อหาทางออกของความรุนแรง: ความคาดหวัง บทบาทสื่อทางเลือกชายแดนใต้. Deep South Watch. https://deepsouthwatch.org/th/node/4932

[279] Finlayson, J.G. (2016). Habermas: A Very Short Introduction [ฮาเบอร์มาส: มนุษย์กับพื้นที่สาธารณะ]. สวนเงินมีมา.

[280] Internet encyclopedia of philosophy. (n.d.). Hegel: Social and Political Thought. https://iep.utm.edu/hegelsoc/#SSH6c.ii

พื้นที่สาธารณะ หรือ Public Sphere กำเนิดในสังคมยุโรปช่วงศตวรรษที่ 17-19 และมีบทบาทอย่างมากในช่วงศตวรรษที่ 18 รัฐประชาชาติสมัยใหม่มีบทบาทชัดเจนในเรื่องประชากร คนในพื้นที่รัฐประชาชาติต้องถูกจัดวางตามที่รัฐกำหนด เช่น มีบัตรประชาชน มีสังกัดว่าคุณเป็นพลเมืองของที่ใดที่หนึ่ง มีสำมะโนประชากร การเข้ามาของรัฐสมัยใหม่ทำให้ "รัฐ" กับ "สังคม" ถูกแบ่งแยกอย่างชัดเจนแนวคิดตามทัศนคติของเฮเกล สิ่งเหล่านี้ เป็นพื้นฐานที่ทำให้คนจำนวนมากแสดงความเห็นต่อมิติสังคมการเมือง ในพื้นที่ทางกายภาพ โดยพื้นที่สาธารณะนี้ ทำให้ผู้คนเข้ามาแลกเปลี่ยนกัน อย่างไรก็ตาม การแลกเปลี่ยนความเห็นในพื้นที่สาธารณนี้ปราศจากความเป็นเจ้าแห่งอำนาจหน้าที่ (Authority) อธิบายได้ว่า ผู้คนที่เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนนั้นตั้งตนเป็นอิสระจากอำนาจรัฐ แต่อีกด้านหนึ่ง ก็ยังเป็นบ่อเกิดความเข้าใจต่อทิศทางในสังคม ที่เสียงเหล่านั้นปรากฏขึ้นมาและผู้มีอำนาจของรัฐต้องรับฟัง ในศตวรรษที่ 18 สิ่งที่เกิดขึ้นในโลกสมัยใหม่ มีการเติบโตของ "สื่อเก่า" คือ สื่อสิ่งพิมพ์ มีบทบาทเป็นสื่อกลางที่จะขยายพื้นที่สาธารณะส่วนนี้ออกมา[281]

ภายใต้บทบาททรรศนะสาธารณะพวกนี้ ทำให้เห็นว่าพื้นที่สาธารณะจากพื้นที่กายภาพมาสู่พื้นที่สื่อเก่า ความเป็นพื้นที่สาธารณะ จึงไม่ได้จำกัดอยู่แต่ตัวสถานที่ แต่มันเกิดขึ้นที่ต่าง ๆ ที่พื้นที่สาธารณะดังกล่าวก่อตัวขึ้น และยังทำให้เกิดวัฒนธรรมการวิจารณ์ หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า วัฒนธรรมการวิจารณ์ก่อตัวมาพร้อมพื้นที่สาธารณะ โดยวัฒนธรรมการวิจารณ์เป็นเรื่องของเหตุผลสาธารณะในการไตร่ตรอง ในยุคปัจจุบันพื้นที่สาธารณะ ไม่ได้มีเพียงพื้นที่จากสื่อเก่า แต่ยังรวมไปถึงพื้นที่ทางสื่อใหม่ หรือ Cyberspace (พื้นที่ไซเบอร์) อีกด้วย[282]

การเกิดขึ้นมาของอินเทอร์เน็ต เกิดขึ้นมาพร้อมกับสังคมข้อมูลข่าวสาร จะมีการออกแบบลักษณะหรือรูปแบบสังคมขึ้นมาท้าทายสังคมอำนาจนิยม และสังคมเผด็จการที่ควบคุมอำนาจไว้ที่ตนเอง อินเทอร์เน็ตยังเป็นพื้นที่รวบรวมแพลตฟอร์มอย่างหลากหลายที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารมาสู่พื้นที่สาธารณะได้ การใช้ชีวิตในโลกออนไลน์ ทำให้ผู้คนเข้าไปในพื้นที่ตรงนี้โดยตรง มีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนมากกว่าพื้นที่เชิงกายภาพ และพื้นที่สื่อเก่าที่เคยมีปฏิสัมพันธ์กับการสื่อสาร อย่างเช่น การเขียนจดหมาย แต่จากการเกิดขึ้นของสื่อใหม่นี้ ทำให้พื้นที่สาธารณะขยายตัวเข้ามาสู่ชีวิตส่วนบุคคล และชีวิตส่วนบุคคลก็แทรกเข้าไปในพื้นที่สาธารณะเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การโพสต์รูปอาหาร การถ่ายเซลฟี ที่ด้านหนึ่งผู้คนดำรงชีวิตส่วนตัว แต่กลับถูกทำให้กลายเป็นสาธารณะผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ขณะเดียวกัน พื้นที่สาธารณะก็เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตส่วนตัว กำกับ และทำให้เกิดความตระหนัก เช่น ผู้สื่อสารต้องระมัดระวังก่อนจะโพสต์ข้อมูลมากขึ้น ทั้งนี้ พื้นที่สาธารณะ หรือ Public Sphere จากในส่วนทั้งสถานที่ สื่อเก่า และสื่อใหม่ ยังคงทำหน้าที่เดิม คือ การนำเอาความคิดของผู้คนออกมาสู่พื้นที่สาธารณะ[283]

---

281 ประชาไท. (2557, 13 กันยายน). เกษม เพ็ญภินันท์: ชีวิตดิจิทัลกับการคิดเรื่องสาธารณะ. https://prachatai.com/journal/2014/09/55534

282 เรื่องเดียวกัน.

283 เรื่องเดียวกัน.

**2) ยุคใหม่ของสิทธิมนุษยชน สื่อ เทคโนโลยี และโลกดิจิทัล (Digital Sphere)**

ยุคใหม่ของสิทธิมนุษยชน สื่อ เทคโนโลยี และโลกดิจิทัล (Digital Sphere)[284] สื่อถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และอารยธรรมของโลกที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว และซับซ้อน โดยเฉพาะ อย่างยิ่งในมิติด้านการเข้าถึง ส่งต่อ และแบ่งปันข้อมูล ความบันเทิง และการดำเนินกิจกรรมในบริบทต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม แม้บริการผ่านระบบดิจิทัลสามารถเสริมสร้างความยืดหยุ่นให้กับวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมได้อย่างหลากหลายมากขึ้น ในขณะเดียวกัน คำถาม ความขัดแย้ง ตลอดจนความสงสัยเกี่ยวกับผลกระทบที่ตามมาจากความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังคงเป็นหัวข้อที่ได้รับการถกเถียงกันอย่างกว้างขวางในสังคม เนื่องด้วยเหตุผลด้าน “สิทธิมนุษยชน” “ความเป็นส่วนตัว” “ความปลอดภัย” และ “การตีความด้านกฎหมายเชิงกายภาพ” ต่อบริบททางดิจิทัล

ในกรณีนี้ ประเด็นด้านความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวของผู้คน ที่ยังคงเป็นที่ถกเถียงกันแม้ในปัจจุบัน จะได้รับการปรับเปลี่ยน และถูกพิจารณา ตีความ และตัดสินโดยระบบอัลกอริทึมกลายเป็นอีกหนึ่งความเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เช่นเดียวกัน และข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้ได้สร้างความน่ากังวลใจถึงผลลัพธ์ ซึ่งครอบคลุมถึงความรุนแรง ที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากทั้งคุณลักษณะ ขอบเขตความหลากหลาย และศักยภาพด้านการแสดงออกถึงสิทธิ์ และเสรีภาพที่ผู้คนพึงมีในโลกดิจิทัลนั้นยังคงปราศจากความสอดคล้องกันกับกระบวนการดำเนินการ และขอบเขตของอำนาจการดำเนินการโดยระบบตุลาการของสังคมในโลกเชิงกายภาพ

กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงอาจส่งผลกระทบต่อประเด็นทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และสิทธิ์ด้านการแสดงออกทางสังคมในลักษณะของการเลือกปฏิบัติโดยปราศจากความเท่าเทียมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การปรับใช้อำนาจ อิทธิพล หรือการโน้มน้าวในลักษณะใด ๆ เพื่อการห้าม ลบ หรือการระงับโพสต์ข้อมูล หรือความคิดเห็นของบุคคลหนึ่งโดยอีกบุคคลหนึ่ง หรือหน่วยงานใด ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น อีกนัยหนึ่ง การแทรกแซงดังกล่าวสะท้อนถึงการปกป้อง และดำเนินการตามหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งมีคุณลักษณะแบบออฟไลน์ในบริบทด้านดิจิทัล

ในท้ายที่สุด อาจกล่าวได้ว่า สิทธิ์ และเสรีภาพในโลกดิจิทัลของผู้คนในสังคม ณ ปัจจุบัน มักมาพร้อมกันกับ “ความเสี่ยง” ต่อสิทธิ์ในชีวิตส่วนตัว ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความปลอดภัย และความสมบูรณ์ของบุคคล เนื่องจากหลัก และแนวปฏิบัติด้านการไม่เลือกปฏิบัตินั้น อยู่ภายใต้การกำกับดูแลและสภาพแวดล้อมแบบออฟไลน์ เช่นเดียวกันกับดุลยพินิจในการปรับใช้กฎหมายโดยผู้มีอำนาจ ซึ่งยากต่อการเปลี่ยนแปลงภายในระยะเวลาอันรวดเร็วดังเช่นการเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัล

---

284 Council of Europe. (2021, October 18). Symposium: Human Rights in the Digital Sphere. Council of Europe. https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/human-rights-in-digital-sphere

**3) การเคลื่อนไหวทางดิจิทัล (Digital Activism)**

การเคลื่อนไหวทางดิจิทัล สามารถเรียกได้อีกนัยหนึ่งว่า “Cyber activism”[285] หมายถึง รูปแบบของการเคลื่อนไหวทางสังคมโดยการใช้อินเทอร์เน็ต และสื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมมวลชน และดำเนินกิจกรรมทางการเมือง หรือสังคม ทั้งนี้ การเคลื่อนไหวดิจิทัลได้เกิดขึ้นครั้งแรกตั้งแต่เมื่อในช่วงต้นทศวรรษ 1980 มาจนถึง ณ ปัจจุบัน ที่กลุ่มนักเคลื่อนไหวออนไลน์ ผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัล ได้ปรับใช้เครือข่ายออนไลน์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล และดำเนินการจัดกิจกรรมในลักษณะต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึง และรับทราบโดยผู้คนจำนวนมากได้ อาทิ การส่งโพสต์ข้อความการรณรงค์ทางโซเชียล การสร้างแคมเปญ การร่วมลงชื่อเรียกร้อง การติดแฮชแท็ก การประท้วงผ่านการนำส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ซ้ำ ๆ (Virtual sit-ins) และการรบกวนเว็บไซต์ (Hacking)

ทั้งนี้ การเคลื่อนไหวทางดิจิทัลได้รับการยอมรับว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการรวบรวมมวลชนทุกระดับเพื่อจุดประสงค์ทางการเมือง เนื่องด้วยรูปแบบใหม่ด้านการจัดการที่ประกอบไปด้วยความสร้างสรรค์ หลากหลายและรวดเร็ว นอกจากนี้ การเคลื่อนไหวทางดิจิทัลยังถือเป็นวิธีการแสดงออกที่มีความสำคัญอย่างมากต่อมวลชนภายในประเทศที่มีระบบการปกครองแบบจำกัด กล่าวคือ การควบคุมการแสดงออกในพื้นที่สาธารณะอย่างเข้มงวด หรือภายใต้การควบคุมของปฏิบัติการทางทหารในเช่นกรณีดังกล่าว การเคลื่อนไหวทางดิจิทัลกลายเป็นวิธีการแสดงออกที่อาจเรียกได้ว่า “ดีกว่า” การกระทำ หรือการแสดงออกทางกายภาพที่อาจส่งผลกระทบเชิงลบ หรือเป็นอันตรายต่อสวัสดิภาพทางชีวิตและร่างกายได้

ยิ่งไปกว่านั้น การเคลื่อนไหวทางดิจิทัลยังสามารถปรับใช้ในขอบเขตที่กว้างขึ้นโดยปราศจากการเป็นวาระส่วนบุคคล ได้ หรือกล่าวคือ การเรียกร้อง หรือต่อต้านสถาบันทั้งในระดับชาติ และข้ามชาติ เพื่อจุดประสงค์ในการปกป้อง และรักษาผลประโยชน์ของสังคมส่วนรวมได้ด้วยเช่นเดียวกัน ในอีกนัยหนึ่ง การเคลื่อนไหวทางดิจิทัลถือเป็นสัญลักษณ์ของแรงจูงใจ และเป็นตัวแทนของ “ความรู้และผลประโยชน์เพื่อสาธารณะ” ซึ่งมีความแตกต่างจากการกระทำอันเป็นการก่อการร้ายทางอินเทอร์เน็ต (Cyberterrorism) และการแฮ็กซึ่งมีความผิดทางอาญา (Criminal Hacking)

**4) Online Activism และการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย**

ปรากฏการณ์ทางการเมืองที่โดดเด่นที่สุดในศตวรรษที่ 21 แสดงออกด้วยการเชื่อมโยงระหว่างภาคประชาชนกับการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ปรากฏการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดการชุมนุมทางการเมืองรูปแบบใหม่ที่มักมีจุดเริ่มต้นจากแรงกระเพื่อมในโลกออนไลน์ ก่อนจะนำไปสู่การชุมนุมในโลกความจริง หรือที่เรียกว่า “ลงถนน”[286]

---

[285] Marcela A. F. (n.d.). Fuentes. Digital Activism. Encyclopædia Britannica, Inc. https://www.britannica.com/topic/digital-activism

[286] สุรัชนี ศรีใย. (2563, 4 มีนาคม). ‘ลงถนน’ ยังจำเป็นไหม ในยุคที่สังคมเคลื่อนไหวผ่านโซเชียลมีเดีย. THE STANDARD. https://thestandard.co/political-rally/

การเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ตามทัศนคติของ Larry Diamond (แลร์รี ไดมอนด์)[287] นักรัฐศาสตร์ในสายพลวัตทางสังคม อธิบายในงานวิจัยว่า การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดียเปรียบเสมือนเป็น "เทคโนโลยีเพื่อการปลดแอก" แก่สังคม (Liberating Technology) โดยรวมแล้วงานวิจัยกลุ่มนี้มักอ้างถึงข้อดีของแพลตฟอร์มในการช่วยให้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองและการรวมตัวของกลุ่มคนที่คิดเห็นคล้ายกันนั้นเป็นไปได้ง่ายขึ้น ดังนั้นแนวโน้มที่คนจะออกมาชุมนุมจะเป็นไปได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไปงานวิจัยที่แสดงข้อกังขาต่อพลังของโซเชียลมีเดียก็เริ่มมีมากขึ้น เช่น งานเขียนของ Malcolm Gladwell (มัลคอล์ม แกลดเวลล์)[288] กล่าวว่า พลวัตทางสังคมที่เริ่มจากโลกออนไลน์นั้นอาจไม่นำไปสู่การชุมนุมในโลกความจริงได้ง่ายนัก เนื่องจากรูปแบบตั้งต้น ที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่ยึดโยงกันอย่างหลวม ๆ และไร้ผู้นำ (Loose and Leaderless Network) รวมถึงปรากฏการณ์ Slacktivism ที่เกิดขึ้นเมื่อชาวเน็ตเลือกเคลื่อนไหวและแสดงความคิดเห็นในโลกออนไลน์รู้สึก ไปว่าตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความเปลี่ยนแปลง แม้ว่าความจริงคนเหล่านั้นจะทำเพียงนั่งอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์หรือเลื่อนหน้าจอมือถืออยู่เท่านั้นเอง

ตั้งแต่แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียถือกำเนิดขึ้นในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา โซเชียลมีเดียถูกสร้างมาเพื่อเชื่อมต่อคนในสังคมโลกที่มีความคิดเห็นคล้าย ๆ กัน ผู้คนได้เห็นการใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เป็นเครื่องมือเคลื่อนไหวทางการเมืองอยู่หลายต่อหลายครั้ง ในทุกพื้นที่หลายประเทศทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน จุดร่วมของการเคลื่อนไหวที่กล่าวมานี้ล้วนมีจุดประสงค์ ซึ่งคือการต้องการสร้างความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองตามแนวความคิด ความเชื่อ อุดมการณ์ ฯลฯ ของกลุ่มผู้ชุมนุมไปตามประเด็นที่ออกมาเคลื่อนไหว จึงเห็นได้ว่าโซเชียลมีเดียถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการสร้างแรงกระเพื่อม ทางสังคมยุคปัจจุบัน

การเคลื่อนไหวทางการเมืองไทยปัจจุบัน ปฏิเสธไม่ได้ว่าโซเชียลมีเดียมีพลังในการขับเคลื่อนขบวนการทางการเมืองอย่างมาก ตัวอย่างเช่น การวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลหรือการโจมตีฝั่งตรงข้ามทางการเมือง หากมิได้เริ่มโดยโซเชียลมีเดียตั้งแต่ต้น ก็มักใช้โซเชียลมีเดียเป็นกระบอกกระจายเสียงในช่วงเวลาต่อไป อย่างเช่นที่เห็นได้ชัดในการเคลื่อนไหวต่อต้านรัฐบาลของ "คณะประชาชนปลดแอก" ซึ่งใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) และแอปพลิเคชันเทเลแกรม (Telegram) เป็นเครื่องมือสื่อสารกันระหว่างกลุ่มผู้เคลื่อนไหว หรืออย่างการนัดชุมนุมของคณะราษฎร ทำผ่านการประกาศผ่านเพจหลักบนเฟซบุ๊ก 'เยาวชนปลดแอก หรือFree YOUTH' และส่งต่อเนื้อความผ่านการ "แชร์" ไปในช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ เช่นเดียวกันกับการใช้ #แฮชแท็ก ที่ทำให้กลุ่มผู้ชุมนุมสามารถติดตามทิศทางของการเคลื่อนไหวได้อย่างฉับพลันทันถ่วงที ส่งผลต่อกระแสการโจมตีรัฐบาลจึงแพร่กระจายออกเป็นวงกว้างในเวลาอันรวดเร็ว[289] ดังการนำเสนอข่าวในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ผู้ชุมนุมใช้แฮชแท็ก #ม็อบ26ตุลา ทวิตบนแพลตฟอร์มทวิต

---

[287] Larry D. 2010. "Liberation Technology." Journal of Democracy.

[288] Malcolm G. 2011. "From Innovation to Revolution-Do Social Media Made Protests Possible: An Absence of Evidence." Foreign Affairs, 90, 153.

[289] The Features. (ม.ป.ป.). Hashtag Activism : สงครามการเมืองไทยในโลกไซเบอร์. https://thefeaturesth.com/hashtag-activism-สงครามการเมืองไทยในโลกไซเบอร์/

เตอร์ เพื่อแจ้งสถานที่นัดและเวลาจัดชุมนุม รวมถึงระบุข้อควรระวังและเชิญชวนให้ผู้คนออกมาเข้าร่วมชุมนุม เป็นต้น

นอกจากนี้ แฮชแท็ก #ถ้าการเมืองดี มีการรีทวิตไปจำนวนกว่า 102,000 ครั้ง เพื่อโจมตีรัฐบาล พร้อมเสนอภาพสังคมที่พึงจะเป็นหากประเทศมีระบบการเมืองดี แสดงให้เห็นว่า ทางกลุ่มคณะราษฎรใช้แฮชแท็กดังกล่าวเป็นเหมือน “กระบอกเสียง” หากยิ่งมีผู้ใช้งานแฮชแท็กเพิ่มมากขึ้น กระบอกเสียงในรูปแบบออนไลน์นี้ก็จะขยายใหญ่ขึ้น ทั้งนี้ แฮชแท็กที่ใช้ในการโจมตีรัฐบาล นัดหมายชุมนุม หรือแม้แต่แฮชแท็กที่กล่าวถึงการปฏิรูปสถาบันกษัตริย์จึงยึดพื้นที่เทรนด์ยอดนิยมบนทวิตเตอร์อยู่เป็นบ่อยครั้ง[290]

ในช่วงเวลาที่เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ผ่านมา การใช้แฮชแท็กในลักษณะนี้เรียกว่า “Hashtag Activism” ต่อการตอบโต้กฎหมายของภาครัฐ การที่ภาครัฐออกกฎหมายจำกัดการชุมนุมหรือการแสดงออกทางการเมืองในพื้นที่สาธารณะ ส่งผลให้กลุ่มผู้ชุมนุมทำการเคลื่อนไหวทางโลกออนไลน์มากขึ้น ผู้ชุมนุมใช้เทคนิคในการเคลื่อนไหวหลายแบบ เช่น การรวบรวมรายชื่อออนไลน์เพื่อเสนอแก้รัฐธรรมนูญ การคอมเมนต์โจมตีรัฐบาลทางแพลตฟอร์มสื่อโซเชียลมีเดีย หรือการเคลื่อนไหวทางการเมืองผ่านแฮชแท็ก ในลักษณะการแชร์ข่าวสารกับผู้ติดตาม และให้ส่งต่อข่าวสารกันออกไปเป็นวงกว้าง เพื่อให้นำไปสู่การโต้เถียงหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเห็นผลการใช้ Hashtag Activism เช่น จากกลุ่มประชาชนปลดแอก ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างยิ่งยวด โดยสังเกตได้จากการชุมนุมในปัจจุบันที่ผู้คนบนโลกออนไลน์ออกมาเข้าร่วมชุมนุมทางกายภาพจำนวนมาก หลังทวิตข้อความประกาศสถานที่ชุมนุมเพียงระยะเวลาไม่นาน และที่สำคัญ คือ การชุมนุมดังกล่าวไม่เพียงแต่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ยังกระจายออกไปในทุกภาคส่วนของประเทศ อย่างไรก็ดี ได้มีการเกิดขึ้นของแฮชแท็กฝั่งอนุรักษ์นิยมหรือฝั่งขวาช่วงชิงพื้นที่เทรนด์ยอดนิยมบนทวิตเตอร์ตามมา หลังจากแฮชแท็กจากฝั่งคณะประชาชนปลดแอกยึดพื้นที่เทรนด์ยอดนิยมบนทวิตเตอร์มาเป็นระยะเวลาหนึ่งอีกด้วย[291]

เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อเริ่มมีกระแสแฮชแท็กจากขั้วการเมืองอีกฝั่งที่ไล่อันดับขึ้นมาติดเทรนด์ยอดนิยมบนทวิตเตอร์ เช่น แฮชแท็ก #พลังเงียบ #อนุชนรักชาติศาสน์กษัตริย์ #เราทุกคนคือio หรือ #ลุงตู่อยู่ต่อ โดยกระแสแฮชแท็กเหล่านี้มาพร้อมกับข้อความโจมตีการเคลื่อนไหวของกลุ่มคณะราษฎร 63 รวมถึงกลุ่มการเคลื่อนไหวอื่นด้วยเช่นกัน หลักสำคัญของจุดประสงค์ คือ การไม่เห็นด้วยกับข้อเรียกร้องในการปฏิรูปสถาบัน และสนับสนุนรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้บริหารประเทศต่อเนื่องไป แม้แฮชแท็กดังกล่าวจะเกิดขึ้นมาพร้อมข้อครหาที่หนึ่งในกระแสข่าวอ้างว่าทางรัฐบาลมีการสนับสนุนกระบวนการจัดทำ

---

[290] The Features. (ม.ป.ป.). Hashtag Activism : สงครามการเมืองไทยในโลกไซเบอร์. https://thefeaturesth.com/hashtag-activism-สงครามการเมืองไทยในโลกไซเบอร์/

[291] Janjira S. (2017, August 14). Growing Cyber Activism in Thailand. Carnegie Endowment for International Peace. https://carnegieendowment.org/2017/08/14/growing-cyber-activism-in-thailand-pub-72804?fbclid=IwAR0h7NGnRAD88zhqQkUiRMO20LALmdvnz5ZAfcyYDPH3fLiEq6K2731_8qA

การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับการทำงานของรัฐบาล โดยผู้ใช้ทวิตเตอร์พบว่ามีการโพสต์ข้อความเดิม ผ่านหลายบัญชีทวิตเตอร์[292]

โดยสรุปแล้ว สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดเจน คือ การต่อสู้ของการเมืองไทยได้ขับเคลื่อนเข้าสู่สังคมออนไลน์ โดยมีแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียว อาทิ ทวิตเตอร์เป็นช่องทางหลัก และรวมไปถึงแพลตฟอร์มอื่น เช่น เฟซบุ๊ก อีกด้วย และแฮชแท็กที่เปรียบเสมือนเป็นอาวุธโจมตีฝ่ายที่มีแนวความคิด ความเชื่อ อุดมการณ์ในทางตรงกันข้าม ขณะที่ภาครัฐโดยอำนาจมี คือ กฎหมาย ยุทธโธปกรณ์ และกำลังเงิน ส่วนสิ่งที่ประชาชนทั่วไปรวมกับชาวเน็ตบนโลกออนไลน์ ใช้เพื่อการต่อสู้ โต้ตอบกลับ คือ เครื่องมือโซเชียลมีเดียและความพยายามสร้าง #แฮชแท็กประกาศอุดมการณ์ทางการเคลื่อนไหวและการเมือง ดังนั้น เมื่อขั้วการเมืองตรงข้ามกันเลือกใช้อาวุธที่เดียวกับกลุ่มประชาชนกลุ่มนี้ จึงเป็นที่น่าจับตามองถึงก้าวต่อไปของกลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคมกลุ่มต่าง ๆ จะใช้อาวุธทางโซเชียลมีเดียอย่างไรต่อไป

#### 3.2.1.4 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร โดยการที่จะทำความเข้าใจการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมได้นั้นจำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ในที่นี้จะยึดความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วมตามคำนิยามของสหประชาชาติ[293] ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (Participation) คือ กิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นวางแผนซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความต้องการ ขั้นปฏิบัติการ ขั้นประเมินผล ตลอดจนขั้นบำรุงรักษา ในส่วนของคำว่าการสื่อสาร (Communication) นั้น มีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ในที่นี้จึงขอสรุปว่า การสื่อสาร คือกระบวนการการแลกเปลี่ยน ข่าวสาร เกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีการนิยามความหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพิ่มเติม อาทิ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการสื่อสารที่คำนึงถึงกระบวนการในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการที่กลุ่มบุคคลต่าง ๆ ซึ่งมีความตั้งใจและมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาหนึ่ง ได้เข้ามามีบทบาทในกระบวนการแลกเปลี่ยน ความรู้และการสร้างความเข้าใจร่วมกัน[294] รวมถึงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการออกแบบ กระบวนการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถสื่อสารกันได้ในลักษณะของการสนทนา (Dialogue) ร่วมกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพของ การมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในขณะเดียวกันยังมองว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับ

---

[292] Janjira S. (2017, August 14). Growing Cyber Activism in Thailand. Carnegie Endowment for International Peace. https://carnegieendowment.org/2017/08/14/growing-cyber-activism-in-thailand-pub-72804?fbclid=IwAR0h7NGnRAD88zhqQkUiRMO20LALmdvnz5ZAfcyYDPH3fLiEq6K2731_8qA

[293] United Nations. (n.d.). World Programme of Action for Youth: Participation. https://www.un.org/development/desa/youth/world-programme-of-action-for-youth/participation.html

[294] Ascroft, J. (1987). Communication in support of development: Lessons from theory and practice. Paper presented at the seminar on Communication and Change. East-West Center.

การร่วมกันระบุความจำเป็นและสภาพปัญหาในการพัฒนา การร่วมกันคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนา ตลอดจนการลงมือปฏิบัติการพัฒนาภายใต้สถานการณ์ของความร่วมมือกัน[295] อีกทั้ง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ต้องคำนึงถึงหลักการ เชิงปรัชญาที่อยู่เบื้องหลังกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่สะท้อนความเป็นอิสระและความเท่าเทียมที่สามารถเกิดขึ้นได้ในกรณีที่บุคคลมีโอกาสเข้าถึงช่องทางการสื่อสารชุมชน และมีโอกาสได้แสดงมุมมอง ความรู้สึก และประสบการณ์ต่าง ๆ ของตนอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เพราะสิ่งดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะสนับสนุนให้บุคคลกลุ่มต่าง ๆ สามารถตัดสินใจลงมือกระทำสิ่งที่ตนเองสนใจและร่วมมือกันแก้ปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นได้[296] นอกจากนี้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น มีความเกี่ยวข้องกับการเข้าร่วม (Involvement) ของประชาชนในโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุกระดับ ไม่ว่าจะ มีพื้นฐานเกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน หรือการสื่อสารผ่านสื่อ ประเพณีใด ก็ตาม โดยมีความไว้วางใจกันเป็นสิ่งสำคัญที่อยู่เบื้องหลังกระบวนการสื่อสารและการพัฒนาต่าง ๆ อีกด้วย[297]

ในอีกทางหนึ่ง ได้มีการอธิบายความหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ออกเป็น 2 นัยยะ[298] คือ นัยยะแรก หมายความถึง การใช้การสื่อสารประเภทต่าง ๆ เป็นหนทาง หรือเป็นเครื่องมือนำไปสู่การมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ ตัวอย่างเช่น การเขียนจดหมายเปิดผนึกถึงสื่อมวลชนเพื่อร้องเรียนการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐ การร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการพัฒนาในที่ประชุมหมู่บ้าน นัยยะที่สอง หมายความถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในตัวการสื่อสารเอง โดยรูปแบบของการเข้าถึงการสื่อสารนั้น มีอยู่ 3 รูปแบบ คือ 1) การเข้าถึงในฐานะผู้บริโภค หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสใช้สื่อในฐานะ "ผู้รับสาร ผู้ดู ผู้ชม ผู้อ่าน" โดยสามารถเลือกบริโภคสื่อได้ จากรูปแบบของรายการที่หลากหลายและมีช่องทางในการสะท้อนปฏิกิริยาของตนเองสู่ผู้ผลิตที่เรียกว่าเป็น "ผู้รับสารที่เอาการเอางาน" (Active Audience) 2) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้ผลิต หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสเข้าร่วมในเชิงกระบวนการผลิต เช่น การเข้าร่วมเป็นแขกรับเชิญในรายการวิทยุ การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว การมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นนำเสนอ เป็นต้น 3) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริหารสื่อ หมายถึง การที่บุคคลได้มีส่วนเกี่ยวกับระบบการตัดสินใจต่าง ๆ ในองค์กรสื่อ เช่น การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลา การวางระบบบริหารงาน ระบบงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและนโยบายต่าง ๆ

---

[295] Nair, K. S., & White, S. A. (1993). Perspectives on development communication. Sage.

[296] Bordenave, D. J. (1994). Participative communication as a part of building the participative society. In White, S.A., Nair, K. S. & Ascroft, J. (Eds.), Participatory Communication: Working for Change and Development. (pp. 35-48). Sage.

[297] Jacobson, T. L. (1994). Modernization and post-modernization approaches to participatory communication for development. Participative communication as a part of building the participative society. In White, S.A., Nair, K.S., & Ascroft, J. (Eds.), Participatory Communication: Working for Change and Development. (pp. 60-75). Sage.

[298] กรรณิการ์ เพ็งปรางค์ และ กาญจนา แก้วเทพ. (2548). การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร: จากแนวคิดสู่ การปฏิบัติจริง. วารสารนิเทศศาสตร์, 23 (3-4), 62-81.

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในนัยยะที่สองนั้นเป็นแนวคิด ที่เกิดขึ้นจากรูปแบบและแนวคิดการสื่อสารในกระบวนทัศน์การพัฒนาแบบทาง เลือกที่เน้นการกระจายอำนาจการสื่อสารไปสู่ชุมชนอันเป็นที่มาของการพัฒนา หอกระจายเสียงประจำหมู่บ้าน หรือการเกิดวิทยุชุมชน หรือโทรทัศน์ท้องถิ่นนั่นเอง อย่างไรก็ตามนอกจากนิยามดังกล่าวจะได้แสดงความหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทั้ง 2 นัยยะ ยังได้แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น ยังมีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับชุมชน จนไปถึงระดับมวลชนอีกด้วย[299]

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสารแบบสองทางในลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยทุกฝ่ายสามารถสลับบทบาทเป็น “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” หรืออาจเรียกได้ว่าเป็น “คู่สื่อสาร” ผ่านเวทีการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของกันและกัน ความเท่าเทียมกันและการทำงานร่วมกัน เพื่อนำข้อสรุปจากการสนทนาไปสู่การตัดสินใจดำเนินการต่าง ๆ ในกลุ่มอย่างปรองดอง

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น ยังสามารถแบ่งแบบจำลองการสื่อสารได้เป็นแบบกว้าง คือ แบบจำลองเชิงถ่ายทอด (Transmission Model) และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) ซึ่งแบบจำลองทั้งสองมีองค์ประกอบย่อยที่แตกต่างกันดังตารางที่แสดงรายละเอียดข้างต้น

| ลำดับที่ | แบบจำลองเชิงถ่ายทอด | แบบจำลองเชิงพิธีกรรม |
|---|---|---|
| 1 | เป้าหมายหลัก คือ การถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการโน้มน้าวใจผู้รับสาร (Persuasion) | เป้าหมายหลัก คือ การสร้างเสริมความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร (Shared Meaning) |
| 2 | ความสำคัญของการสื่อสารจึงอยู่ที่ผู้ส่ง (Sender-centered) | ความสำคัญอยู่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งต้องทำความเข้าใจกันและกัน |
| 3 | ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบทางเดียว (One-way flow) และเป็นแนวดิ่ง (vertical) | ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบสองทาง (Two-way flow) และเป็นแนวระนาบ (horizontal) |
| 4 | บทบาทของการเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารจะตายตัวตลอดกระบวนการสื่อสาร | บทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสลับสับเปลี่ยนกันไม่มีการผูกขาด |
| 5 | ผลลัพธ์ของการสื่อสาร เมื่อสิ้นสุดกระบวนการ ผู้รับสารจะรู้ข่าวสารหรือเห็นคล้อยตามผู้ส่งสาร | หลังจากการสื่อสารสิ้นสุดแล้ว ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารจะแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นของกันและกัน |

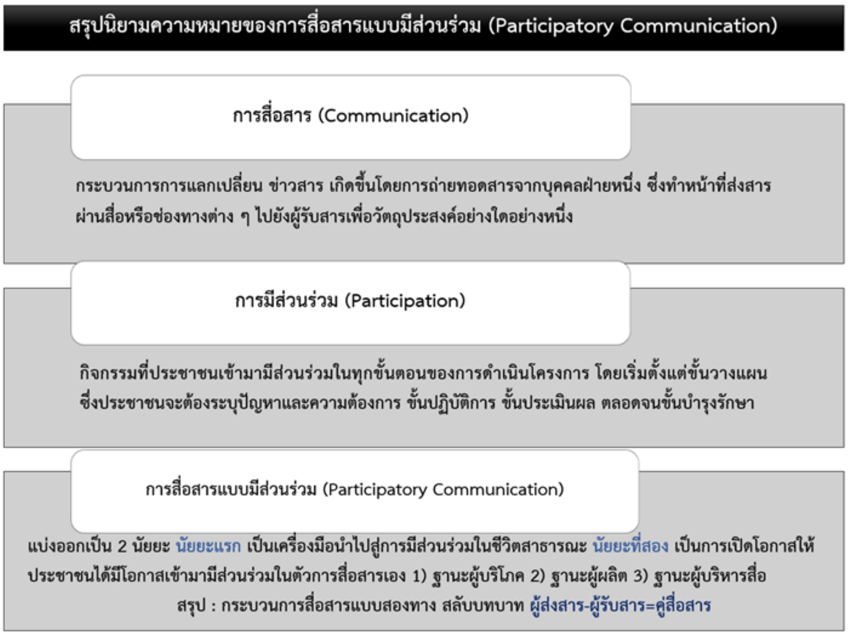
ภาพที่ 253 ตารางการเปรียบเทียบแบบจำลองเชิงถ่ายทอดและแบบจำลองเชิงพิธีกรรม

ที่มา: กรรณิการ์ เพ็งปรางค์ และ กาญจนา แก้วเทพ. (2548)[300]

[299] พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2556). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิด สู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนทัศน์การพัฒนาแบบทางเลือก วารสารมนุษย์ศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 30(2), 23-42.

[300] กรรณิการ์ เพ็งปรางค์ และ กาญจนา แก้วเทพ. (2548). การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติจริง. วารสารนิเทศศาสตร์, 23(3-4), 66.

แบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เนื่องจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการสื่อสารที่ต้องการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร ซึ่งการที่ผู้สื่อสาร จะสามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันได้นั้น จำเป็นที่ผู้สื่อสารจะต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น อารมณ์ ความรู้สึก รวมถึงประสบการณ์ ผ่านการสื่อสารแบบสองทางที่ไม่มีผู้ใดผูกขาดบทบาทการเป็นผู้ส่งสารหรือผู้รับสารอย่างตายตัว หากแต่จะมีการสลับบทบาทเป็นผู้ส่งและผู้รับหมุนเวียนไป (Role Shifting) เป็นการเปิดโอกาสให้คู่การสื่อสารทั้งสองฝ่ายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนั่นเอง[301]




ภาพที่ 254 สรุปนิยามความหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

**3.2.1.5 การเปรียบเทียบการเคลื่อนไหวทางสังคมดั้งเดิม (Old Social Movement) กับการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (New Social Movement)**

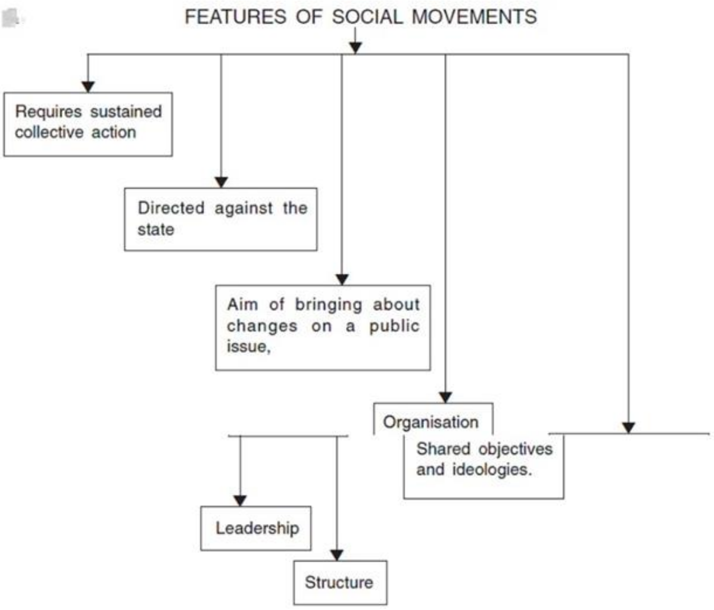
**1) คุณสมบัติของการเคลื่อนไหวทางสังคม (Features of Social Movements)**

การเคลื่อนไหวทางสังคมถูกแยกออกจากความแออัดทางสังคม (Social crowding) ฝูงชนไม่ได้สร้างกลไกองค์กรและแรงจูงใจที่สามารถรักษาสมาชิกภาพไว้ได้ในระหว่างการกระทำหรือช่วงเวลาที่ไม่ลงมือกระทำการใด ๆ แสดงให้เห็นลักษณะเฉพาะที่สำคัญเนื่องจากกลไกของฝูงชนไม่สามารถบรรลุการประสานงานและการสื่อสารภายในโครงสร้างบนพื้นที่ที่อาจมีขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่เต็มที่ อาจกล่าวได้ว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมจึงเป็นการเคลื่อนไหวที่ผสมผสานระหว่างองค์กรและความเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นเองโดยผู้คน องค์กรหนึ่งหรือหลายองค์กรในขบวนการเคลื่อนไหวมักจะเป็นผู้นำ ซึ่งสมาชิกคนอื่น ๆ ของขบวนการระบุชื่อของผู้นำอย่างเฉพาะเจาะจงด้วย องค์กรหลักของขบวนการเคลื่อนไหวมีส่วนรับผิดชอบด้านการสื่อสารและการประสานงานขององค์กร เช่น การเดินสายหว่านล้อมทางการเมือง (Lobbying) ตัวอย่างเช่น สโมสร Sierra ของรัฐแคลิฟอร์เนีย มีอิทธิพลในการเสนอเงื่อนไข ข้อต่อรอง งบประมาณ

301 กรรณิการ์ เพ็งปรางค์ และ กาญจนา แก้วเทพ. (2548). การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติจริง. วารสารนิเทศศาสตร์, 23(3-4), 66.

เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายความว่าบุคคลใดก็ตามที่ทำงานด้วยจุดประสงค์เดียวกัน และมีปฏิสัมพันธ์อย่างแข็งขันกับบุคคลอื่นที่มีจุดประสงค์ร่วมกันในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ ถือเป็นสมาชิกของขบวนการทางสังคมของกลุ่มนักอนุรักษ์แห่งสโมสรดังกล่าว[302]

คุณลักษณะที่กำหนดของการเคลื่อนไหวทางสังคม คือ ความสามารถในการเคลื่อนไหวคงอยู่ได้ยาวนาน กิจกรรมการเคลื่อนไหวโดยสมาชิกกลุ่มมักจะคงอยู่เป็นระยะเวลาที่แตกต่างกันไป ตั้งแต่วัน สัปดาห์ เดือน หรือหลายปี ซึ่งความสนใจของขบวนการเคลื่อนไหวนั้น ไม่ได้วัดจากระดับ ความตื่นตัวของสมาชิกในช่วงเวลาดำเนินการสองสามชั่วโมงหรือหลายวัน การเปลี่ยนแปลงประเด็นบางอย่างมีความอ่อนไหวรวมถึงค่อนข้างเป็นเรื่องสำคัญทางสังคม โดยอาจใช้เวลาเคลื่อนไหวเป็นระยะเวลานานขึ้น เช่น หลายสิบปี โดยมีการหลั่งไหลของสมาชิกกลุ่มเคลื่อนไหวเข้าร่วมผลักดันประเด็นการเคลื่อนไหวดังกล่าวมากถึงจำนวนหลายคน ยิ่งไปกว่านั้น การเคลื่อนไหวมักจะยึดติดกับกลุ่มทุติยภูมิอื่น ๆ (Secondary groups) ที่มีความเฉพาะเจาะจงของประเด็นการเคลื่อนไหวเฉพาะกลุ่ม เช่น ชุมชนท้องถิ่น (Local community) หรือสมาคมทางศาสนา (Religious association) ทั้งนี้ ขนาดของขบวนการไม่ได้ถูกกำหนดไว้ เนื่องจากมักจะอยู่ในรูปของโครงสร้างกึ่งทางการโดยไม่มีกลไกที่เป็นระเบียบ (Semiformal structure) เช่น ชมรมทางสังคม (Social clubs) โดยที่ผู้นำไม่มีอำนาจที่ถูกต้องตามกฎหมาย หมายความว่า สมาชิกกลุ่มจะไม่ได้รับการแต่งตั้งให้มีตำแหน่งใดภายในองค์กรเคลื่อนไหวนั้นอย่างเป็นทางการ ด้วยเหตุผลและแง่มุมที่สำคัญที่สุดของขบวนการนี้ คือ ความมุ่งมั่นที่มีต่อค่านิยมการเคลื่อนไหวร่วมกันเฉพาะของกลุ่ม[303]




ภาพที่ 255 แผนภาพแสดงคุณสมบัติของการเคลื่อนไหวทางสังคม (Features of Social Movement)
ที่มา: www.edurev.in/studytube/Chapter-Notes-Social-Movements--Class-12--Sociolog/e0c62d94-4353-4018-9d2d-4098ae7f6873_t

[302] Eddu Sarver .(2019, November 22). Features of social movements. https://www.eddusaver.com/features-of-social-movements/

[303] เรื่องเดียวกัน.

**2) หมวดหมู่ของการเคลื่อนไหวทางสังคม (Categories of Social Movements)**

การกำหนดลักษณะการเคลื่อนไหวทางสังคม มักจะขึ้นอยู่กับลักษณะการก่อตัวของการกระทำที่ขับเคลื่อน กล่าวคือ พิจารณาว่าการรณรงค์ (Campaign) ใด มีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนแปลงและควรสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจอยู่ที่ระดับบุคคล ระดับสังคมที่กว้างขึ้น หรือแม้แต่แง่มุมเล็กน้อยของสังคม เช่น การจำกัดกิจกรรมรณรงค์เมาไม่ขับ การเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงท่ามกลางการเคลื่อนไหวอื่น ๆ อีกทั้ง พื้นที่หลักของการเคลื่อนไหวที่พบการดำเนินกิจกรรม คือ 1) ขบวนการประชาธิปไตยที่มุ่งหวังสิทธิทางการเมือง (Democratic movements aiming for rights in politics) 2) การกระทำเพื่อควบคุมแรงงานในสถานประกอบการ (Actions that work for labor control at workplace) เป็นต้น[304]

**3) การเคลื่อนไหวทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Movement and Social Change)**

คำจำกัดความทั้งหมดของการเคลื่อนไหวทางสังคมสะท้อนความคิดที่ว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมมีความเกี่ยวข้องภายในกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) แต่คำจัดความเหล่านี้ไม่ครอบคลุมถึงกิจกรรมของผู้คนในฐานะสมาชิกของกลุ่มสังคมที่มั่นคงด้วยโครงสร้าง บรรทัดฐาน และค่านิยมอันเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ทั้งนี้ พฤติกรรมของสมาชิกของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม ไม่ได้สะท้อนถึงสมมติฐานที่ว่าระเบียบทางสังคมจะดำเนินต่อไปตามหลักที่เป็นอยู่ แต่สะท้อนให้เห็นถึงศรัทธาที่ผู้คนโดยรวมสามารถทำให้เกิดหรือระงับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ หากพวกเขาจะอุทิศตนเองเพื่อการบรรลุถึงเป้าหมาย ส่วนผู้สังเกตการณ์ที่ไม่มีความมุ่งมั่น (Uncommitted Observers) อาจถือว่าเป้าหมายเหล่านี้เป็นภาพลวงตา แต่สำหรับสมาชิกแล้ว กลุ่มผู้เคลื่อนไหวเหล่านี้มีความหวังว่าการเคลื่อนไหวดังกล่าวจะสามารถนำไปสู่ความบรรลุผลได้[305]

**4) พลวัตของการเคลื่อนไหวทางสังคม (The Dynamics of Social Movements)**

พลวัตของการเคลื่อนไหวทางสังคม ในฐานะที่เป็นกลุ่มที่ยั่งยืนและยั่งยืน ขบวนการทางสังคมได้รับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในระหว่างการดำรงอยู่ ลักษณะนี้ทำให้นักวิชาการบางคนกำหนดทฤษฎี “วัฏจักรชีวิต” หรือ “ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ” ซึ่งพบได้ทั่วไปในขบวนการทางสังคมทั้งหมด นักวิชาการคนอื่น ๆ ตั้งคำถามถึงคุณค่าของแนวทางวงจรชีวิตต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม โดยอ้างว่าการศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวจำนวนมากล้มเหลวในการสนับสนุนแนวคิดเรื่องขั้นตอนการพัฒนาที่ไม่แปรเปลี่ยน  นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน Neil Smelser เสนอทางเลือกทฤษฎีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งตั้งสมมติฐานว่าในขณะที่ปัจจัยจำนวนหนึ่งมีความจำเป็นสำหรับการเกิดขบวนการทางสังคม แต่ก็ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นในลำดับใดโดยเฉพาะ บางอย่างอาจปรากฏอยู่ชั่วระยะเวลาหนึ่งโดยไม่มีผลกระทบเพียงเพื่อเปิดใช้งานในภายหลังโดยการเพิ่มเงื่อนไขอื่นอย่างมากที่สุด อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดเรื่องวัฏจักรชีวิตอนุญาตให้ค้นพบ

---

[304] เรื่องเดียวกัน.

[305] Killian, L. M. (n.d.). Social Movement. Britannica. https://www.britannica.com/topic/social-movement.

เงื่อนไขที่จะต้องมีอยู่หากมีการเคลื่อนไหวจากขั้นตอนหนึ่งไปอีกขั้นหนึ่ง นอกจากนี้ยังอาจช่วยระบุเงื่อนไขที่ทำให้การเคลื่อนไหวเปลี่ยนทิศทาง ถึงกระนั้นก็อาจกล่าวได้ว่าขบวนการทางสังคมคล้ายกับเป็นอาชีพ เพราะมันคงทนอยู่ตลอด โดยมักจะมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะต่าง ๆ มากมาย แม้ว่าลำดับของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจแตกต่างกันไปในแต่ละการเคลื่อนไหว[306]

**5) การเปลี่ยนแปลงในการเป็นผู้นำและสมาชิกกลุ่มการเคลื่อนไหว (Progressive changes in leadership and membership)**

การเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนที่สุดอย่างหนึ่งคือการเปลี่ยนแปลงความเป็นผู้นำ ในช่วงแรกสุดอิทธิพลที่แข็งแกร่งที่สุดต่อการเคลื่อนไหวนั้นมักจะเป็นผู้นำที่มีทักษะการพูดในที่สาธารณะ การมีวาทศิลป์หรือรวมถึงมีรูปลักษณ์ที่ดูดีน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของค่านิยมเป็นการส่วนตัว ทั้งนี้พบว่า ในบางครั้งปัญญาชนมีบทบาทเป็นผู้นำโดยมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาอุดมการณ์ของกลุ่มการเคลื่อนไหวนั้น และหากการเคลื่อนไหวยังคงดำเนินอยู่จนเติบโตเป็นระยะเวลาหนึ่ง ก็อาจนำไปสู่การมีอำนาจในการขึ้นเป็นผู้นำกลุ่มเกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้นำมีอิทธิพลในการเคลื่อนไหวไปสู่ระดับที่มากขึ้น โดยปกติแล้วผู้นำของกลุ่มการเคลื่อนไหวมักจะเป็นผู้ที่เจริญก้าวหน้าในอาชีพของตนอีกด้วย ในช่วงแรกของการเคลื่อนไหว ผู้ติดตามมักจะแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในอุดมการณ์ด้วยการอุทิศตนกระทำการต่าง ๆ ที่มีค่านิยมของกลุ่มเป็นสิ่งกำหนดแนวปฏิบัติ หากการกระทำที่เคลื่อนไหวดังกล่าวได้รับระดับความน่าเชื่อถือถือจากผู้คนบางส่วนในสังคม อาจมีสมาชิกกลุ่มผู้ที่ไม่ได้มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าต่อค่านิยมของกลุ่ม ผู้คนเหล่านี้อาจมีแนวโน้มที่จะตั้งข้อแม้ เงื่อนไขเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวและการมีส่วนร่วมของพวกเขาอยู่เป็นระยะ ซึ่งความหลากหลายทางความคิด ความเชื่อ และการกระทำของเหล่าสมาชิกนี้ยังเป็นปัญหาพื้นฐานสำหรับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มการเคลื่อนไหวได้ ในทางกลับกัน หากการเคลื่อนไหวถูกกำหนดในที่สาธารณะว่าเป็นรูปแบบการปฏิวัติและรูปแบบนั้นอยู่ภายใต้การกดขี่ที่รุนแรง จำนวนสมาชิกกลุ่มก็อาจมีแนวโน้มลดลง[307]

**6) การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (New Social Movement)**

การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (New Social Movements) ตามการให้นิยามความหมายโดยจุฬาวิทยานุกรม[308] (Chulapedia) แบ่งความหมายได้ออกเป็น 2 ประการ ดังนี้

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ หมายถึง การเคลื่อนไหวของขบวนการประชาชนที่เกิดจากกลุ่มที่ถูกเอารัดเอาเปรียบในสังคม เช่น ผู้ใช้แรงงาน เกษตรกร

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ หมายถึง การรวมตัวและการแสดงออกในลักษณะของการประท้วงในรูปแบบสไตรค์ (Strike) หรือการนัดหยุดงานของสหภาพแรงงาน การยึดที่ทำการของราชการหรือสำนักงาน (Occupation) การเดินขบวน (Demonstration) การทำงานแบบเตะถ่วง (Slow down) หรือการยึดถนนขัดขวางการจราจร (Traffic blocking)

---

306 เรื่องเดียวกัน.

307 เรื่องเดียวกัน.

308 ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์, ปัทวดี จารุวร, พิรงรอง รามสูต, เมธา เสรีธนาวงศ์, ไศสทิพย์ จารภูมิ และ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (ม.ป.ป). ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่. http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่/

นอกจากนี้ การเคลื่อนไหวทางสังคมถูกมองว่าเป็นการเคลื่อนไหวของฝ่ายประชาชนที่เสียเปรียบในสังคม ในส่วนของการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ มักมีการดำเนินการเพื่อที่จะสร้างอำนาจต่อรองทางการเมืองกับรัฐบาล มีการเรียกร้องให้จัดสรรทรัพยากรหรือแก้ไขปัญหาความไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้น ในความหมายนี้ จึงเป็นการมองการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (New Social Movements) หรือขบวนการประชาชนร่วมสมัย เป็นความก้าวหน้าของวัฒนธรรมการเมืองภาคประชาชน เป็นการรวมกลุ่มของประชาชนในฐานะผู้กระทำทางการเมือง ซึ่งเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงสังคมและการเมืองที่ไปไกลกว่าเรื่องของการเปลี่ยนแปลงอำนาจรัฐ เป็นขบวนการที่มีเป้าหมายในการสร้างบรรยากาศและเงื่อนไขแบบประชาธิปไตย (Democratic Environment) เพื่อสร้างประชาสังคม (Civil Society) ที่มีความเข้มแข็ง ประชาชนมีความตื่นตัว การเคลื่อนไหวดังกล่าวมีลักษณะต่อต้านรัฐ และต่อต้านระบบราชการ พร้อมกับการแสดงออกในด้านที่เชื่อมั่นศรัทธาพลังอำนาจของประชาชน และประสงค์จะเปิดพื้นที่การเมืองให้ประชาชนธรรมดามีบทบาทมากขึ้น[309]

**ลักษณะเฉพาะของการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่**

ลักษณะสำคัญของการอธิบายทฤษฎีการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่มี 4 ประเด็น[310] คือ

1) วิกฤติของความชอบธรรมตามการอธิบายของ Habermas (ฮาร์เบอร์มาส) กล่าวว่า เมื่อใดก็ตามที่ชีวิตของผู้คนไม่สนใจต่อความเป็นเหตุเป็นผลของโลก และไม่เกิดการเพิ่มขึ้นของการผสานระบบสังคมโดยรวมแล้ว จะเกิดการปฏิเสธขัดขวางทางสังคมขึ้น

2) การปรากฏตัวของสังคมยุคหลังอุตสาหกรรม ประเด็นนี้เป็นไปตามการอธิบายของ Touraine (ตูแร็ง) กล่าวว่า ความขัดแย้งในสังคมจะเป็นไปตามการผลิตทางวัฒนธรรม โดยเปลี่ยนการอธิบายจากเดิมที่เคยอิงตามชนชั้นและตำแหน่งของการผลิต ไปเป็นการขึ้นตรงต่อผู้ที่ทำหน้าที่กำกับควบคุม ซึ่งจะใช้เป็นกรอบอธิบายเรื่องทางสังคมและวัฒนธรรม

3) การเคลื่อนตัวของความขัดแย้งที่ออกไปจากการผลิตในหน่วยย่อย กลายไปเป็นเรื่องระดับสังคม จะทำให้ศูนย์กลางของความขัดแย้งทางสังคมเปลี่ยนไปด้วย จากเดิมที่มีความเกี่ยวข้องกับการทำงานของตัวกลางทางสังคม (Social Agent) นำไปสู่ความหลากหลาย และมีลักษณะของการปะทะกันระหว่างผู้คนในสังคมเกิดขึ้น

4) ความขัดแย้งใหม่จะเกิดขึ้นในเรื่องของการสร้างความหมาย ซึ่งจะเป็นเรื่องของการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) เป็นเรื่องที่ต่างไปจากการดำเนินงานของสหภาพแรงงานหรือพรรคการเมือง ซึ่งเป็นเรื่องของเครื่องมือหรือกลไกทางสังคม

---

[309] เรื่องเดียวกัน.

[310] ภัทร์ศยา จ่าราช. (2557). ภาพลักษณ์และความหมายทางวัฒนธรรมของ “ไทยเซเลบ” ในขบวนการเคลื่อนไหวทางการเมืองยุคหลังทักษิณ: Image and cultural meaning of Thai celebrity in political movement in the post Thanksin Era. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

**บริบทแห่งลักษณะสำคัญของการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่**

บริบทแห่งลักษณะสำคัญของการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ สามารถแบ่งได้ 3 ประการ[311] คือ

1) การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ ไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานของชนชั้นเดียวเหมือนในอดีต แต่เป็นการตอบโต้กับปัญหาและความขัดแย้งใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งวางอยู่บนฐานหลากหลายชนชั้น

2) การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ กระทำการเรียกร้องโดยไม่ผ่านกลไกทางการเมืองที่ดำรงอยู่ เช่น พรรคการเมือง นักการเมือง หรือหวังพึ่งกลไกภาครัฐ เนื่องจากความขัดแย้งใหม่เหล่านี้ มีความซับซ้อนเกินกว่าที่สถาบันทางการเมืองในระบบจะจัดการได้

3) การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ ไม่ได้เป็นการเรียกร้องผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม เหมือนทฤษฎีกลุ่มผลประโยชน์ แต่กลุ่มการทางสังคมใหม่นี้ต้องการสร้าง "กติกาหรือกฎเกณฑ์ชุดใหม่ในการดำรงชีวิต" อันเป็นการช่วงชิงการสร้างคำนิยาม ความหมายชุดใหม่ให้กับสิ่งที่ต่อสู้ หรือเป็นการเคลื่อนไหวเพื่อสร้างวาทกรรมชุดใหม่ในเรื่องนั้น

**7) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่ากับรูปแบบใหม่ (Different between Old and New Social Movement)**

การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น ตามการอธิบายของนักทฤษฎีขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ จะแตกต่างกับการอธิบายการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่า โดยที่การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่าจะเป็นการปฏิบัติการที่เน้นอุดมการณ์ทางการเมือง เป็นการเคลื่อนไหวในช่วงสังคมเริ่มต้นของระบบทุนนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการปฏิบัติการในช่วงก่อนคริสต์ทศวรรษที่ 1960 โดยที่การเข้าร่วมก่อการเป็นกลุ่มเคลื่อนไหวนั้น จะเป็นไปตามระดับของผู้คนในชนชั้นทางเศรษฐกิจ สำหรับประเด็นที่นำเสนอจะเป็นไปเพื่อปกป้องและจัดสรรประโยชน์ของกลุ่มทางชนชั้นเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นในการดำรงชีพ ในขณะที่การจัดระเบียบกลุ่มเคลื่อนไหวจะเป็นแบบการจัดตั้งองค์กรรวมศูนย์สู่ศูนย์กลาง และมีการแบ่งงานรับผิดชอบ โดยมีลักษณะการบังคับบัญชาที่ลดหลั่นกันไปเป็นช่วงชั้นบังคับบัญชา โดยที่กลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่านี้ จะสื่อถึงการเปลี่ยนแปลงของการมีส่วนร่วมในทางการเมืองระดับกลุ่มและสถาบัน[312]

ในขณะที่การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่จะเน้นเรื่องวัฒนธรรมและอุดมการณ์ เป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมในระยะที่ระบบทุนนิยมเติบโตขยายตัวไปอย่างมากแล้ว กล่าวคือ มีทั้งระบบตลาดเศรษฐกิจตลาดเงินและตลาดทุน เป็นการเคลื่อนไหวทุนในช่วงหลังคริสต์ทศวรรษที่ 1960 ผู้เข้าร่วมขบวนการปฏิบัติการมีหลากหลายสถานะ หลากหลายชนชั้นขึ้น แม้ว่าในทางเศรษฐกิจจะมีการขัดอำนาจกันอยู่ก็ตาม เช่น กรณีนายจ้างกับลูกจ้าง ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีความขัดแย้งกันในเรื่องค่าจ้าง เป็นต้น[313]

---

[311] ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2545). ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่: New Social Movement. (พิมพ์ครั้งที่ 2). วิภาษา.

[312] เรื่องเดียวกัน.

[313] เรื่องเดียวกัน.

ในส่วนประเด็นการเคลื่อนไหวรูปแบบใหม่ที่มักถูกนำเสนอนั้น เป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เป็นประเด็นรวม มีลักษณะหลากหลายและไม่ยึดโยงกับลักษณะทางชนชั้นทางเศรษฐกิจ ในขณะที่การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่าให้ความสำคัญต่อประเด็นความจำเป็นในการดำรงชีพ แต่การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่จะเน้นในเรื่องเชิงนามธรรม (Post materialist goals) ซึ่งเป็นเรื่องที่ยึดโยงความหลากหลายเข้าด้วยกัน การจัดรูปแบบขบวนการ กลุ่ม หรือองค์กร จะมีสองลักษณะ คือ ด้านหนึ่งจะกระจายอำนาจ ส่วนอีกด้านหนึ่งจะมีการเข้าร่วมของกลุ่มคนชั้นรากหญ้า สำหรับการสื่อถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของกลุ่มการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบ ใหม่นี้ ถือเป็นการท้าทายการกระทำทางอำนาจต่าง ๆ ทั้งในนามของปัจเจกบุคคลและการรวมกลุ่มอีกด้วย[314]

| New social movements | Old social movements |
|---|---|
| New social movements refer to the movements where people belong to the same class or the same nation. | Old social movement deals with class-related issues. |
| The new social movement doesn't bother to make changes in the distribution of power. | Old social movement considers the reformation of power relations as a significant goal. |
| It deals with quality-of-life issues such as issues related to the clean environment. | It also functions within the structure of political parties. For example - Indian National Congress directed the Indian National Movement. The Chinese Revolution was led by the Communist Party of China. |
| New social movements are international in scope. | Political parties played a central role in the old social movement. |
| For example - Shared class identity, people who shared identities as students, women, blacks, or environmentalists. The environmental or women or tribal movements are the type of new social movements. | For example – movements related to issues like a trade union or peasant movements. |

ภาพที่ 256 ตารางสรุปการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่ากับรูปแบบใหม่
ที่มา: www.goprep.co/in-what-way-the-new-social-movements-are-different-from-the-i-1nldi7

ตัวอย่างการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่าที่ปรากฏในประเทศไทย เช่น เหตุการณ์การชุมนุม 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 เป็นการชุมนุมของนักศึกษาและประชาชนในช่วงเวลานั้น มีจุดประสงค์ คือ การขับไล่จอมพลถนอม กิตติขจร ที่เดินทางเข้าประเทศไทยขณะเป็นสามเณรเมื่อ 19 กันยายน พ.ศ.2519 แล้วบวชพระที่วัดบวรนิเวศวิหารในวันเดียวกัน แต่ในสายตาของรัฐและกลุ่มจัดตั้ง ฝ่ายขวามองว่ากลุ่มผู้ชุมนุม คือ คอมมิวนิสต์ ที่จะมาทำลายสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ทำให้ ส่งผลให้ภายในช่วงเย็นของวันดังกล่าว คณะทหารนำโดย พลเรือเอก สงัด ชลออยู่ ทำการรัฐประหารยึดอำนาจการปกครองประเทศ ขบวนการเคลื่อนไหวจึงค่อยขยับจากประเด็นความเท่าเทียมทางการเมือง ไปสู่ความเท่าเทียมทางเศรษฐกิจอีกด้วย นักศึกษาเคลื่อนไหวร่วมกับกลุ่มคนที่ถูกมองว่าเสียเปรียบจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจ คือ ชาวนาและกรรมกร เกิดแนวร่วมสามประสาน การชุมนุมไม่ได้มีเพียงนักศึกษาอีกต่อไป ทำให้ข้อเรียกร้องของกลุ่มผู้ชุมนุมในเรื่องการมีรัฐธรรมนูญและพรรคการเมืองจากการเลือกตั้งไม่เพียงพอ แต่ต้องการให้เกิดการปฏิรูปโครงสร้าง

[314] เรื่องเดียวกัน.

ทางเศรษฐกิจเพื่อให้มีความเป็นธรรมเกิดขึ้นด้วย ปัญหาจึงไม่ใช่แค่ระบอบการปกครองโดยทหาร แต่ระบบทุนนิยมก็เป็นหนึ่งในปัญหาด้วย ซึ่งทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำ ส่งผลกระทบต่อชาวนาไม่มีที่ดินทำกิน เป็นหนี้สิน เหล่ากรรมกรทำงานหนัก แต่ถูกเอารัดเอาเปรียบกดค่าแรงจากนายทุน[315] เป็นต้น

ภาพที่ 257 ภาพเหตุการณ์การชุมนุม 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519

ที่มา: www.doct6.com/archives/2235

อีกหนึ่งเหตุการณ์การชุมนุมทางการเมืองที่สำคัญในอดีต คือ "ม็อบมือถือ ปี 35" ในช่วงการเกิดเหตุการณ์ทางการเมืองเรียกว่า "พฤษภาทมิฬ ปี พ.ศ. 2535" การชุมนุมดังกล่าวเกิดขึ้นสืบเนื่องจาก ประชาชนส่วนหนึ่งต้องการคัดค้านการที่ พลเอกสุจินดา คราประยูร เข้ามาเป็นนายกรัฐมนตรี เมื่อช่วงปลายเดือนเมษายนต่อเนื่องถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2535 จึงกลายเป็นปรากฏการณ์น่าสนใจที่เรียกกันว่า "ม็อบมือถือ" มีการรายงานข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ โดยมีเนื้อความว่า "ชนชั้นกลางประกาศพลังเป็นเฟืองหลักขับเคลื่อนประชาชนเรือนแสนจากรัฐสภาสู่ท้องสนามหลวง หยัดยืนเรียกร้องประชาธิปไตย ไล่ "สุจินดา" พ้นเก้าอี้นายกรัฐมนตรี นักธุรกิจรุ่นใหม่ "ไวต์คอล่า" (White-Collar) ตบเท้าถอดสูททิ้ง รถเก๋งร่วมชุมนุม "แอ๊กติวิสต์" (Activist) เจ้าของบริษัทเอกชนทนดูไม่ไหว สั่งปิดโรงงานขนลูกน้องมาช่วยหนุนไม่ขาด" ปรากฏภาพของแกนนำหลักที่สำคัญในการชุมนุมดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนในระดับฐานะปานกลาง นักธุรกิจรุ่นใหม่วัยกลางคน เจ้าของกิจการส่วนตัว รวมถึงพนักงานออฟฟิศที่มีฐานะดีพอสมควร และส่วนหนึ่ง คือ แอ๊กติวิสต์ (Activist) หรือ นักกิจกรรมกลุ่มอดีตผู้นำนักศึกษาที่เคยผ่าน "เหตุการณ์ 14 ตุลาฯ 2516" หรือเหตุการณ์ "6 ตุลาฯ 2519" มาแล้วภาพแปลกใหม่ที่ปรากฏอย่างเห็นได้ชัดทั้งในวันที่มีการชุมนุมหน้าสภา 6 พฤษภาคม จนถึงวันที่ 7 พฤษภาคม ซึ่งมีการเคลื่อนกลุ่มผู้ชุมนุมไปตามถนนราชดำเนินสู่บริเวณท้องสนามหลวงนั้น มีขบวนรถยนต์ของผู้ร่วมชุมนุมประท้วงเป็นแถวยาวเหยียดพากันเคลื่อนออกจากบริเวณลานพระบรมรูปทรงม้า เมื่อมาชุมนุมบริเวณท้องสนามหลวงต้องใช้พื้นที่จอดรถยนต์เป็นบริเวณกว้าง นอกจากนี้

[315] ขวัญชัย ดำรงขวัญ. (2564, 6 ตุลาคม). 6 ตุลาคม พ.ศ.2519 ประวัติศาสตร์บาดแผลที่เปิดเผยความจริงในสังคมไทย. The MATTER. https://thematter.co/social/talk-wtih-prajak-about-6-oct-2519/156846

ยังมีระบบการสื่อสารที่ดีมากโดยกลุ่มคนที่มาร่วมชุมนุมมีวิทยุติดตามตัวและโทรศัพท์มือถือใช้เป็นส่วนใหญ่ สามารถติดต่อข่าวสารจากหลาย ๆ ทางได้ตลอดเวลา รวมถึงใช้ประสานงานกันในเวทีปราศรัยด้วย[316]

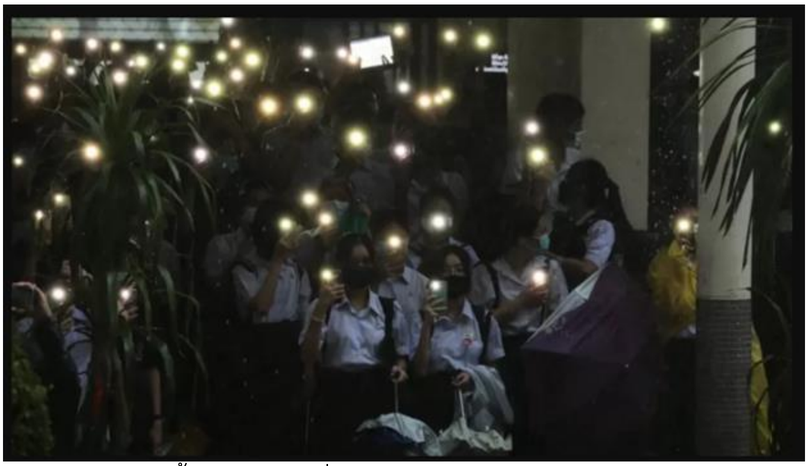
ภาพที่ 258 ภาพเหตุการณ์การชุมนุม “ม็อบมือถือ ปี 35” พฤษภาทมิฬ พ.ศ. 2535
ที่มา: https://www.matichon.co.th/mic/news_3347802

ตัวอย่างการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ เช่น เหตุการณ์การชุมนุมแฟลชม็อบของกลุ่มนักศึกษา ที่เรียกตนเองว่า ‘เยาวชนปลดแอก (FreeYOUTH)’ ในวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 มีจุดประสงค์เพื่อยื่น 3 ข้อเรียกร้องถึงผู้มีอำนาจ เกิดการจัดชุมนุมย่อยและการจัดกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ตามมาอีกอย่างน้อย 20 จุด ภายในเวลาหนึ่งสัปดาห์ ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ในบริเวณพื้นที่สาธารณะ รวมถึงตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ สิ่งที่การชุมนุมดังกล่าวสะท้อนออกมาให้ผู้คนในสังคมเห็น คือ สำนึกทางการเมืองของนักศึกษา แต่ภาพที่ยังไม่ปรากฏชัดเจน คือ ศูนย์กลางของขบวนการเคลื่อนไหวที่แตกต่างไปจากขนบการชุมนุมทางการเมืองรูปแบบเก่าแบบในอดีต การเคลื่อนไหวทางสังคม ที่เรียกว่า “แฟลชม็อบ” เป็นอีกหนึ่งรูปแบบการเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นมาในยุคสมัยใหม่ที่น่าสนใจและให้ความสำคัญ เพราะเป็นการแปรพลังจากใช้สื่อโซเชียลมีเดียบนโลกออนไลน์นำไปสู่การออกมาร่วมชุมนุมในพื้นที่จริงบนสังคม จากที่ปรากฏแฮชแท็กที่มีผู้เข้าไปแสดงความคิดเห็น ส่งต่อข้อความเกี่ยวกับการชุมนุมทางการเมือง ซึ่งทำให้หลายแฮชแท็กที่เชื่อมโยงไปถึงรูปแบบการจัด “แฟลชม็อบ” ติดอันดับคำค้นหายอดนิยมบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ได้ นอกจากนี้ ยังมีแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กไลฟ์และแฮชแท็กก็เปรียบเสมือนทำหน้าที่เป็น “อาวุธใหม่” ของเครือข่ายนักศึกษาที่ก่อให้เกิดการรวมกลุ่ม กระตุ้นอารมณ์ร่วมได้ทุกที่ทุกเวลา แม้ตัวของผู้ชุมนุมเองไม่ได้อยู่ในสถานที่ชุมนุม ก็สามารถรวมตัวกันตั้ง “ม็อบออนไลน์” ผ่านแพลตฟอร์มสื่อโซเชียลมีเดียได้ โดยที่มีอุดมการณ์ทางความคิดต่อประเด็นการชุมนุมในเรื่องเดียวกันนั่นเอง[317]

---

[316] Matichon Online. (2565, 19 พฤษภาคม). “ม็อบมือถือ” พลังแห่งชนชั้นกลาง ในเหตุการณ์ “พฤษภาทมิฬ 2535”. https://www.matichon.co.th/mic/news_3347802

[317] หทัยกาญจน์ ตรีสุวรรณ. (2563, 29 กรกฎาคม). แฟลชม็อบ : การต่อสู้ระหว่างกลุ่ม “ฟันน้ำนม” กับ “ฟันปลอม”. BBC News. https://www.bbc.com/thai/53576752



ภาพที่ 259 การชุมนุมของนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่เรียกตัวเองว่า "เกียมอุดมไม่ก้มหัวให้เผด็จการ" เรียกร้องให้ยุบสภา ร่างรัฐธรรมนูญใหม่ และหยุดคุกคามประชาชน ซึ่งเป็น 3 ข้อเรียกร้องของกลุ่ม "เยาวชนปลดแอก"

ที่มา: www.www.bbc.com/thai/53576752

ภาพที่ 260 การชุมนุมที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย มีผู้ร่วมชุมนุมราว 2,000 คน และมีการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์

ที่มา: www.www.bbc.com/thai/53576752

โดยสรุปแล้ว การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ แม้จะมีจุดประสงค์ อุดมการณ์ทางความคิดที่คล้ายคลึงกับการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบเก่าก็ตาม แต่มีการแสดงออกผ่านลักษณะต่าง ๆ ที่แตกต่างออกไปอย่างเห็นได้ชัด อาทิ ด้านเวลาและสถานที่จัดการชุมนุม ในหลายครั้งพบว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ ไม่เพียงแต่เกิดกิจกรรมการชุมนุมในพื้นที่จริงอันประกอบด้วยกลุ่มผู้ชุมนุมทำการปักหลักในบริเวณพื้นที่นั้น แต่ยังพบการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดกิจกรรมชุมนุมบนโลกออนไลน์ มีการแสดงความคิดเห็น ส่งต่อข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ขอรับการสนับสนุนหรือความช่วยเหลือในประเด็นเดียวกันกับการชุมนุมพื้นที่จริง นอกจากนี้ รูปแบบของการชุมนุมจะเป็นไปในลักษณะแนวระนาบ กล่าวคือ กลุ่มผู้ชุมนุมทุกคนที่เข้าร่วม สามารถเป็นแกนนำการชุมนุมแต่ละครั้งได้ด้วยตนเอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาคนใดคนหนึ่งให้กลายเป็นแกนนำกลุ่ม อีกทั้ง ยังมีอิสระในการจัดการชุมนุมแบบสับเปลี่ยนพื้นที่ไปเรื่อย ๆ ไม่ยึดติดปักหลักในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นระยะเวลายาวนานอีกต่อไป

**3.2.1.6 การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล (Media and Information Literacy: MIL)**

การรู้เท่าทันสารสนเทศ (IL-Information Literacy) การเข้าใจสื่อ (ML-Media Literacy) เทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT Skills) หมายถึง ทักษะด้านการเข้าใจในสื่อและข้อมูลสารสนเทศที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังพัฒนาการ หรือทักษะด้านการคิดเชิงวิพากษ์ และการแก้ปัญหาในลักษณะที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบย่อยอย่างการสร้างสรรค์ พึ่งพา หรือเปิดกว้างต่อความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมร่วมด้วย ดังนั้น แนวทาง และมาตรการป้องกันที่ควรเกิดขึ้นคือ การลงทุนสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเข้าใจสื่อ ข้อมูลสารสนเทศ และจัดหาเครื่องมือ รวมไปจนถึงทรัพยากรต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ประชาชนในประเทศสามารถบรรลุถึงถึงเป้าหมายของตัวเองทั้งในมิติด้านชีวิตส่วนตัว การทำงาน และสังคมได้อย่างเปิดกว้าง หลากหลาย และพร้อมพึ่งพา หรือให้ความร่วมมือ นอกจากนี้ ยังมีการอธิบายความหมายเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสารสนเทศ (Information literacy) เพิ่มเติมว่า หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ หรือข้อมูลสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ซึ่งผ่านการใช้ทักษะด้านประเมินอย่างมีวิจารณญาณและเหมาะสม ร่วมกันกับการประยุกต์ใช้ความเข้าใจด้านพื้นฐานทางจริยธรรมและกฎหมายร่วมด้วย[318] ในขณะเดียวกัน ความหมายของการรู้เท่าทันสารสนเทศ หมายถึง ชุดความสามารถของบุคคลในการตระหนักถึงข้อมูลสารสนเทศที่ตนเองต้องการ โดยสามารถทำการกำหนดขอบเขตของข้อมูล ช่องทางการเข้าถึงแหล่งข้อมูล วิธีการค้นหาข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามกฎหมายและหลักจริยธรรม ยิ่งไปกว่านั้น บุคคลใด ๆ ยังต้องสามารถทำการประเมินคุณภาพของข้อมูล เพื่อการนำข้อมูลสารสนเทศไปสร้างประโยชน์ หรือสื่อสารต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ[319] อีกทั้ง การรู้เท่าทันสารสนเทศ คือ การรู้ถึงความจำเป็นของข้อมูลข่าวสาร การมีทักษะในการรู้ถึงความต้อง และทักษะที่สามารถระบุหรือค้นหาข้อมูลที่ต้องการทักษะในการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศที่ต้องการได้โดยการกำหนดคำค้นหา การใช้กลยุทธ์ในการสืบค้นและการปรับปรุงการสืบค้นได้ด้วยการพัฒนา และปรับใช้ทักษะด้านสารสนเทศ รวมไปจนถึงการมีทักษะด้านการวิเคราะห์ ประเมินผล การจัดระบบประมวล การตีความ การทำความเข้าใจ การประยุกต์ใช้สารสนเทศเพื่อการตัดสินใจที่มีประสิทธิผล ทักษะการสรุปอ้างอิง และการมีทักษะด้านสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการแก้ปัญหา การบรรลุวัตถุประสงค์เฉพาะ การสังเคราะห์สร้างความรู้ใหม่ การใช้สารสนเทศได้อย่างถูกต้องตามจริยธรรม และกฎหมาย และการพัฒนาเจตคตินำไปสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต[320] รวมถึง การให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและสื่อดิจิทัล โดยThe United Nations

---

[318] India Document. (2016, March 28) .The Partnership for 21st Century Skills. https://vdocument.in/partnership-for-21st-century-skills.html

[319] สรัญญา จันทร์ชูสกุล อัจศรา ประเสริฐสิน และ พินดา วราสุนันท์ (2560). การพัฒนามาตรวัดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา. คณะวิทยาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยามหาสารคาม.

[320] นิลุบล รูปหมอก (2561). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดสุพรรณบุรี: การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Educational Scientific and Cultural Organization: UNESCO[321] หมายถึง สมรรถนะสำคัญในการเสริมสร้างสังคมประชาธิปไตย ซึ่งหัวหน้าฝ่ายโครงการสื่อและการรู้เท่าทันสื่อแห่งคณะกรรมาธิการยุโรป ระบุว่าการรู้เท่าทันสื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเสริมพลเมืองที่มีความกระตือรือร้น (Active Citizen) การมีเสรีภาพในการเข้าถึง และเลือกรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้มีข้อมูลที่เพียงพอต่อการใช้ชีวิต และตัดสินใจ ทั้งยังสามารถปกป้องตนเอง และผู้อื่นจากข้อมูลที่เป็นอันตราย มุ่งร้าย หรือไม่พึงประสงค์ได้ ขณะที่ UNESCO สื่อให้เห็นเพิ่มเติมว่า การรู้เท่าทันสื่อคือ เป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยขยายโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้ ทั้งยังสร้างเสริมเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และยกระดับคุณภาพการศึกษาได้อีกด้วย ดังนั้น หากไม่มีการพัฒนานโยบาย และยุทธศาสตร์ด้านการรู้เท่าทันสื่อที่ชัดเจน ความไม่เท่าเทียมระหว่างผู้ที่สามารถเข้าถึง และไม่สามารถเข้าถึงได้จะยิ่งสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการมีเสรีภาพด้านการแสดงความคิดเห็น รวมทั้งความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มคนที่สามารถ และไม่สามารถค้นหา วิเคราะห์ วิพากษ์ และประยุกต์ข้อมูลจากสื่อเพื่อการตัดสินใจด้วย

อย่างไรก็ดี ในส่วนลักษณะของการรู้สารสนเทศ กล่าวคือ ทักษะและความสามารถในการเลือกวิธีการประเมิน การนำไปใช้ และการจัดการด้านสื่อของบุคคลได้อย่างมีจริยธรรม และถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งประกอบไปด้วยทักษะด้านต่าง ๆ ดังนี้[322]

1. การรู้คอมพิวเตอร์ (Computer Literacy) หรือการมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เบื้องต้นในเรื่องของฮาร์ดแวร์ ซอฟแวร์ การเชื่อมประสาน และการใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในเบื้องต้น เช่น การพิมพ์เอกสาร การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสาร และการรู้ ที่ตั้งของแหล่งสารสนเทศที่ต้องการสืบค้นผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2. การรู้เครือข่าย (Network Literacy) หรือการมีความรู้เกี่ยวกับขอบเขต และความสามารถในการใช้สารสนเทศทางเครือข่ายที่เชื่อมโยงถึงกันทั่วโลกผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถในการใช้กลยุทธ์ด้านการสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายและระบบอินเทอร์เน็ต ตลอดจนสามารถบูรณาการสารสนเทศจากเครือข่ายกับสารสนเทศจากแหล่งอื่นได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

3. การรู้ห้องสมุด (Library Literacy) หรือการที่ผู้ใช้สารสนเทศมีความรู้ว่าห้องสมุดเป็นแหล่งรวบรวมสารสนเทศในสาขาวิชาต่าง ๆ ไว้ในรูปแบบที่หลากหลายทั้งในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งยังรับรู้เกี่ยวกับวิธีการจัดเก็บ การใช้เครื่องมือช่วยค้นหา การใช้กลยุทธ์ในการสืบค้นสารสนเทศแต่ละประเภท รวมทั้งบริการต่าง ๆ ของห้องสมุด

4. การรู้สื่อมีเดีย (Media Literacy) หรือการที่ผู้ใช้สารสนเทศมีความรู้ใน การเข้าถึง การวิเคราะห์สารสนเทศจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิทยุ ดนตรี หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

---

[321] UNESCO. (n.d.). Media and Information Literacy. https://www.unesco.org/en/communication-information/media-information-literacy

[322] ปิยะวรรณ ประทุมรัตน์. (ม.ป.ป.). การรู้สารสนเทศ : ทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Information literacy : Essential skill for life-long learners). https://www.slideshare.net/thai2104/chap2-56

เป็นต้น อีกทั้งรู้จักเลือกรับสารสนเทศจากสื่อที่แตกต่างกัน รู้ขอบเขต และการเผยแพร่สารสนเทศของสื่อแต่ละประเภท และสามารถเข้าใจถึงอิทธิพลของสื่อ สามารถพิจารณาตัดสินได้ว่าสื่อนั้นมีความน่าเชื่อถือหรือไม่

5. การรู้สื่อดิจิทัล (Digital Literacy) หรือการที่ผู้ใช้สารสนเทศมีความรู้เพื่อเข้าใจ และใช้งานสารสนเทศในรูปแบบของการนำเสนอแบบดิจิทัลผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เช่น ความสามารถในการดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลจากแหล่งทรัพยากรสารสนเทศมาใช้ การรู้คุณภาพสารสนเทศว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ การรู้จักโปรแกรมการค้นหาว่าการสืบค้นโดยใช้การสืบค้นขั้นสูงคืออะไร การรู้เรื่องของกฎหมายลิขสิทธิ์ที่คุ้มครองทรัพยากรสารสนเทศบนเว็บไซต์ และการรู้เกี่ยวกับการอ้างอิงสารสนเทศจากเว็บไซต์เป็นต้น

6. การมีความรู้ทางภาษา (Language Literacy) หรือการที่ผู้ใช้สารสนเทศมีความสามารถในการกำหนดคำสำคัญสำหรับการสืบค้นจากแหล่งที่จัดเก็บข้อมูล เช่น ห้องสมุดหรือจากอินเทอร์เน็ต รวมถึงการนำเสนอสารสนเทศที่ค้นมาได้ทั้งภาษาไทย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ

7. การรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เห็น (Visual Literacy) หรือการที่ผู้ใช้สารสนเทศมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เห็นสะท้อนความสามารถเกี่ยวกับความเข้าใจ การแปลความหมายสิ่งที่เห็น การวิเคราะห์ การเรียนรู้การแสดงความคิดเห็น และความสามารถในการใช้สิ่งที่เห็นนั้นในการทำงานและการดำรงชีวิตประจำวันของตนเองได้ รวมถึงการผลิตข้อความภาพไม่ว่าจะผ่านวัตถุ การกระทำ หรือสัญลักษณ์ การรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เห็นเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเรียนรู้และการสื่อสารในสังคมสมัยใหม่

8. การคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) หรือการที่ผู้ใช้สารสนเทศมีความสามารถคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตัดสินใจเลือกรับสารสนเทศที่นำเสนอไว้หลากหลาย โดยพิจารณาทบทวนหาเหตุผลจากสิ่งที่เคยจดจำและคาดการณ์ ไม่เห็นคล้อยตามสารสนเทศที่นำเสนอแต่จะต้องพิจารณาใคร่ครวญไตร่ตรองด้วยความรอบคอบและมีเหตุผลว่าสิ่งใดสำคัญมีสาระก่อนตัดสินใจเชื่อ

9. การมีจริยธรรมทางสารสนเทศ (Information Ethic) หรือการที่ผู้ใช้สารสนเทศมีความรู้ มีความเข้าใจเรื่องของคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ มีการวางเป้าหมาย และการกำหนดความสำคัญ ซึ่งเป็นเป้าหมายหลัก ที่จะช่วยปลูกฝังให้ผู้ใช้รู้จักใช้สารสนเทศได้โดยชอบธรรม และอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมทางสารสนเทศ เช่น การนำข้อความหรือแนวคิดของผู้อื่นมาใช้จำเป็นต้องมีการอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานเดิม และการไม่นำสารสนเทศที่ขัดต่อศีลธรรม และจรรยาบรรณของสังคมมาเผยแพร่ เป็นต้น

10. การรู้กฎหมายทางสารสนเทศ (Information Law) หรือการที่ผู้ใช้สารสนเทศมีความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง กฎหมาย นโยบาย หรือพื้นฐานการใช้สารสนเทศของสังคมนั้น ๆ เช่น กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทย 6 ฉบับ คือ 1) กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transactions Law) 2) กฎหมายว่าด้วยลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signatures Law) 3) กฎหมายว่าด้วยการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Fund Transfer Law) 4) กฎหมายว่าด้วยอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer Crime Law) 5) กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data

Protection Law) และ 6) กฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกัน (National Information Infrastructure Law) เป็นต้น

ทั้งนี้ องค์ประกอบของการรู้สารสนเทศประกอบไปด้วยความเข้าใจ และความสามารถส่วนบุคคลที่ตระหนักถึงความจำเป็นของสารสนเทศ ซึ่งจำเป็นต้องมีความสามารถดังต่อไปนี้[323]

1. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ประกอบด้วยความสามารถทางกายภาพ และสติปัญญาในการเข้าถึงสารสนเทศภายในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยี โดยสามารถระบุแหล่งที่มา และสามารถสืบค้นได้ด้วยการใช้ความรู้ และกลยุทธ์เพื่อการคัดสรร แก้ไข วิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างสรรค์ และสื่อสารกับฐานข้อมูลทั่วไป และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ซีดีรอม อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ได้

2. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ ประกอบด้วยความสามารถในการสังเคราะห์ หรือตีความ กล่าวคือ ความสามารถในการตัดสินใจได้ว่าแหล่งสารสนเทศใดมีความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยข้อเท็จจริง และความเที่ยงตรง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการประเมินสารสนเทศ

3. ความสามารถในการใช้สารสนเทศ ประกอบด้วยความเข้าใจในประเด็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ รวมถึงมารยาทการใช้สารสนเทศ และประสิทธิภาพในการจัดการสารสนเทศที่สืบค้นได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

โครงสร้างของการรู้เท่าทันสื่อ ตามการจำแนกของคณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission)[324] ประกอบด้วย 2 มิติ ดังนี้

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม (Environmental Factors) หรือปัจจัยระดับพื้นฐาน ซึ่งเป็นชุดของปัจจัยที่เป็นไปตามบริบท หรือพื้นฐานส่วนบุคคล ที่มีผลต่อบุคคลแต่ละคนในลักษณะที่แตกต่างกัน และมีความเชื่อมโยงกับสื่อมวลชนศึกษา และสิทธิของพลเมือง ซึ่งประกอบด้วย 2 มิติย่อย คือ

1.1 ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (Media Availability) คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ

1.2 บริบทการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy Context) คือ สื่อมวลชนศึกษา นโยบายการรู้เท่าทันสื่อประชาสังคม และอุตสาหกรรมสื่อ

2. ความสามารถส่วนบุคคล (Individual Competences) หรือความสามารถเฉพาะของบุคคลที่เกี่ยวเนื่องกับการฝึกฝนด้านทักษะ (การเข้าถึง, การวิเคราะห์และการสื่อสาร) เพื่อเพิ่มระดับประสิทธิภาพของทักษะด้านความตระหนัก การวิเคราะห์อย่างวิพากษ์ และความสามารถเพื่อการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย 2 มิติย่อย คือ

2.1 ความสามารถของบุคคล (Personal Competences) ประกอบด้วย

2.1.1 ทักษะการใช้สื่อ (Use Skills) ซึ่งถือเป็นเงื่อนไขแรกของการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจากเป็นการประสานระหว่างความสามารถในการเข้าถึงสื่อ และทักษะที่เกี่ยวกับ

---

[323] อาชัญญา รัตนอุบล. (2561). การรู้สารสนเทศ (Information Literacy). http://www.aritbooks.nrru.ac.th/

[324] European Commission. (2022, June 7). Media literacy. https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy

การปฏิบัติ คือ การใช้สื่ออย่างเหมาะสมและคล่องแคล่ว ทักษะทางคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต และการใช้อินเทอร์เน็ตที่รุดหน้า เข้าด้วยกัน

2.1.2 ทักษะการทำความเข้าใจในสื่ออย่างพินิจพิเคราะห์(Critical Understanding) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุดของความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล และสื่อ โดยที่แต่ละบุคคลจะมีปฏิสัมพันธ์กับสื่ออย่างไรนั้นมักจะขึ้นอยู่กับทักษะการทำความเข้าใจอย่างพินิจพิเคราะห์ทั้งในแง่ของเนื้อหา และบริบท คือ ความรู้เกี่ยวกับสื่อ ข้อบังคับของสื่อ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อ และพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อ เป็นต้น

2.2 ความสามารถทางสังคม (Social Competences) ที่ประกอบด้วยความสามารถทางการสื่อสารอย่างการมีส่วนร่วม ความสัมพันธ์ทางสังคม และการสร้างสรรค์เนื้อหา

นอกจากนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ตามทัศนคติของ David Buckingham (เดวิด บักกิงแฮม)[325] และ Sonia Livingstone (โซเนีย ลิฟวิงสโตน)[326] กล่าวไว้ดังนี้

1. อายุ (Age) หรือปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึง และการตอบสนองต่อสื่อ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่มีอายุมากกับคนวัยหนุ่มสาว พบว่า ผู้ที่มีอายุมากจะมีระดับของการเข้าถึงสื่อใหม่น้อยกว่าคนวัยหนุ่มสาว อย่างไรก็ตาม ผู้สูงวัยอาจมีความเข้าใจอย่างพินิจพิเคราะห์สูงกว่าคนวัยหนุ่มสาว

2. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status: SES) หมายรวมถึงฐานรายได้ ระดับการศึกษา และระดับชั้นทางสังคม ซึ่งล้วนแต่มีผลต่อทักษะการเข้าถึง การทำความเข้าใจการสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งในมิติของการรู้เท่าทันสื่อ หมายความได้ว่า รายได้มีความสำคัญต่อโอกาสในการเข้าถึงสื่อ หรือการศึกษามีความสำคัญอย่างมากต่อความเข้าใจอย่างพินิจพิเคราะห์ เป็นต้น

3. เพศ (Gender) หรือปัจจัยที่มีความเชื่อมโยงอย่างมีนัยยะสำคัญกันกับทักษะระดับสูงที่เพิ่มขึ้นโดยอยู่บนพื้นฐานของโอกาสในการเข้าถึงสื่อ เช่น เพศชายมักมีโอกาสในการสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อบนเว็บไซต์มากกว่าเพศหญิง

4. ความพิการหรือการไร้ความสามารถ (Disability) ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญของประชาชนในมิติของโอกาสในการเข้าถึงสื่อ แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะของเทคโนโลยี และลักษณะของการใช้เทคโนโลยี คือ สิ่งที่มีความเชื่อมโยง หรือกำหนดระดับความยุ่งยากของอุปสรรคนี้โดยตรงเช่นเดียวกัน

5. การออกแบบของประเภทเทคโนโลยี และการนำเสนอเนื้อหา (Design) โดยพบว่า หากสื่อบทเรียนทางการสื่อสารและเทคโนโลยีนั้นได้รับการออกแบบมาอย่างดี ความจำเป็นในเรื่องของการมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่สูงมากของประชาชนก็จะลดน้อยลง แต่อย่างไรก็ตาม หากการออกแบบ

---

[325] Buckingham, D., Banaji, S., Burn, A., Carr, D., Crammer, S., & Willett, R. (2005).The Media Literacy of Children and Young People. Ofcom. https://www.researchgate.net/publication/253736824_The_Media_Literacy_of_Children_and_Young_People

[326] Livingstone, S., Van Couvering, E., Thumim, N. (2007). Adult Media Literacy.
extension://elhekieabhbkpmcefcoobjddigjcaadp/https://dera.ioe.ac.uk/5283/1/aml.pdf

เทคโนโลยี และเนื้อหาเป็นไปโดยไม่มีคุณภาพ นั่นย่อมมีผลให้ความจำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนต้องมีอัตราที่เพิ่มสูงมากขึ้น

6. ความตระหนักรู้ของผู้บริโภค (Consumer Awareness) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของสื่อ เนื้อหา ตลอดจนสถาบันสื่อ

7. คุณค่าที่รับรู้ได้ (Perceived Value) เช่น อินเตอร์เน็ต ถือเป็นสื่อมีคุณค่าที่สามารถเข้าถึงเพื่อสร้างการรับรู้ในเรื่องใด ๆ ได้ ดังนั้น ความจำเป็นด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อจึงสำคัญ

8. ความสามารถในตน (Self-Efficacy) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ โดยถือเป็นการผสมผสานความเชื่อมโยงระหว่างทักษะ และความมั่นใจในตนเองในมิติของการใช้สื่อ ซึ่งนำไปสู่การค้นคว้า และการเรียนรู้ที่มากขึ้น

9. เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) ที่มีบทบาทสำคัญในมิติของการส่งเสริมบุคคล เพื่อให้ได้รับและคงไว้ซึ่งทักษะในการเข้าถึงสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสามารถช่วยส่งเสริมทุนทางสังคมให้กับผู้คนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

10. องค์ประกอบทางครอบครัว (Family Composition) กล่าวคือ ครอบครัวที่มีเด็กเล็กในบ้าน อัตราการเพิ่มขึ้นของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ในแง่ของการเข้าถึงสื่อใหม่ ของผู้สูงวัยเป็นไปในลักษณะที่ง่ายขึ้น โดยเด็ก ๆ สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการลดช่องว่างระหว่างวัย และช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้ปกครองของตนอย่างไม่เป็นทางการได้

11. สถานที่ทำงาน (Work) ที่จะช่วยทำให้บุคคลที่มีการทำงานกับเทคโนโลยี หรือสื่อใหม่ ได้มีโอกาสเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์ที่มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่เพิ่มขึ้น

12. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Stakeholders) โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นนักการศึกษา กลุ่มผู้บริโภค โรงงานอุตสาหกรรม และรัฐบาลล้วนแต่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมให้ประชาชนมีประสบการณ์ และความชำนาญด้านสื่อมากขึ้น รวมไปจนถึงการส่งเสริมด้านการสร้างสรรค์ข้อมูลข่าวสาร และรูปแบบการสื่อสารได้อย่างลึกซึ้ง และกว้างขวางมากขึ้นซึ่งส่งผลให้เกิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่เพิ่มมากขึ้นของผู้คน

โดยสรุปแล้ว การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล (MIL) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง ประเมินผลเข้าใจ และการใช้สร้างสรรค์สื่อสารสนเทศในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งในแง่ของประสิทธิผลและการวิพากษ์วิจารณ์ นอกจากนี้ ยังไม่ใช่เป็นเพียงการรับมือกับเนื้อหาต่าง ๆ ในปรากฏผ่านสื่อเท่านั้น แต่ยังเป็นการรับมือกับสารสนเทศทุกชนิดด้วย ผู้ที่รู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ จึงควรสามารถจัดการกับสารต่าง ๆ

ที่มาจากแหล่งที่มาที่ต่างกัน เช่น สื่อมวลชน อินเทอร์เน็ต สื่อสังคม ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ ในทุกช่องทาง (Platform) ของการสื่อสารอย่างถูกต้อง[327]

| การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล (Media and Information Literacy: MIL) | | | |
|---|---|---|---|
| **การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล (MIL)** หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง ประเมินผลเข้าใจ และการใช้สร้างสรรค์สื่อสารสนเทศในรปแบบทหลากหลาย ทั้งในแง่ของประสิทธิผลและการวิพากษ์วิจารณ์ นอกจากนี้ ยังไม่ใช่เป็นเพียงการรับมือกับเนื้อหาต่าง ๆ ในปรากฏผ่านสื่อเท่านั้น แตยังเป็นการรับมือกับสารสนเทศทุกชนิดและทุกช่องทาง (Platform) ของการสื่อสารอย่างถูกต้อง | | | |
| ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการรู้สารสนเทศ | องค์ประกอบของการรู้สารสนเทศ | โครงสร้างของการรู้เท่าทันสื่อ | ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ |
| 1. การรู้คอมพิวเตอร์<br>2. การรู้เครือข่าย<br>3. การรู้ห้องสมุด<br>4. การรู้สื่อมีเดีย<br>5. การรู้สื่อดิจิทัล<br>6. การมีความรู้ทางภาษา<br>7. การรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เห็น<br>8. การคิดอย่างมีวิจารณญาณ<br>9. การมีจริยธรรมทางสารสนเทศ<br>10. การรู้กฎหมายทางสารสนเทศ | 1. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ<br>2. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ<br>3. ความสามารถในการใช้สารสนเทศ | 1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม<br>1.1 ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ<br>1.2 บริบทการรู้เท่าทันสื่อ<br>2. ความสามารถส่วนบุคคล<br>2.1 ความสามารถของบุคคล<br>2.2 ความสามารถทางสังคม | 1. อายุ<br>2. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม<br>3. เพศ<br>4.. ความพิการหรือการไร้ความสามารถ<br>5. การออกแบบของประเภทเทคโนโลยี<br>6. ความตระหนักรู้ของผู้บริโภค<br>7. คุณค่าที่รับรู้ได้<br>8. ความสามารถในตน<br>9. เครือข่ายทางสังคม<br>10. องค์ประกอบทางครอบครัว<br>11. สถานที่ทำงาน<br>12. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน |

ภาพที่ 261 ตารางสรุปการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล (Media and Information Literacy: MIL)

### 3.2.1.7 ผลกระทบจากสื่อใหม่

สื่อ (Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิมและสื่อใหม่[328]

[327] Lee, Y. L. E., (26-27, พฤศจิกายน 2558). การทำความเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (MIL). ใน ธวัชชัย จิตรภาษ์นันท์(ประธาน), การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (MIL) ในยุคดิจิตอล [Symposium]. การสัมมนาว่าด้วยการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (MIL) ในยุคดิจิตอล, เซ็นจูรี่ พาร์ค โฮเทล ,กรุงเทพมหานคร.

[328] พรจิต สมบัติพานิช. (2547). โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 : การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

1. สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพ ไปอย่างเดียว คือ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์[329]

กล่าวได้ว่า สื่อดั้งเดิม ที่ผู้คนคุ้นเคยกันมาอย่างช้านาน คือ สื่อที่เกิดในยุคแรกของการสื่อสารมวลชนที่เทคโนโลยีในยุคนั้นยังไม่สามารถใช้สื่อสารได้รวดเร็วเท่ากับยุคปัจจุบัน โดยสื่อดั้งเดิมตัวแรก คือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสารในยุคดั้งเดิมเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมี วิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น จากยุคสมัยแห่งจุดเริ่มต้นของสื่อสารมวลชนแสดงให้เห็นได้ว่าสื่อในยุคดั้งเดิมมีอิทธิพลต่อผู้รับสื่อเป็นอย่างมาก โดยสามารถควบคุมความคิดเห็นของคนที่บริโภค และสื่อให้เป็นไปในทิศทางที่ตนต้องการได้[330]

2. สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น[331]

เมื่อวันเวลาผ่านไป นวัตกรรมด้านต่าง ๆ ได้เกิดขึ้นมากมายเพื่ออำนวยความสะดวกต่อมนุษย์ แม้กระทั่งวงการสื่อก็เช่นกัน โดยสื่อใหม่ที่เป็นที่กล่าวถึงของผู้คนในยุคปัจจุบัน คือ สื่อสารมวลชนยุคใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศที่การสื่อสาร มีความสะดวกรวดเร็วทันสมัยทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง และยิ่งทำให้สื่อต้องปรับตัวมากขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน สื่อในยุคปัจจุบันสามารถพัฒนาความรู้และแนวคิดของตัวเองได้อย่างเสรีไม่ถูกควบคุมเหมือนในอดีต เช่น การเปิดช่องทางที่ให้ร่วมแสดง ความคิดเห็นผ่านข้อความ หรือ SMS จากผู้รับสื่อ ถึงสื่อได้โดยตรง และรวดเร็ว หรือแม้แต่การเข้ามาของยุคดิจิทัลที่ส่งผลให้สื่อต้องผันตัวเองเข้าสู่สื่อออนไลน์ อย่างที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งดูเหมือนว่าสื่อใหม่จะสามารถตอบสนองความต้องการของบริษัทที่จะลงทุนด้านสื่อเพื่อผลักดันธุรกิจให้เติบโต และสร้างผลกำไรทางธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร โครงข่ายโทรศัพท์ อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ “สื่อแบบดั้งเดิม” (Traditional Media) ซึ่งคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข” (Digital Revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณ์ใด เช่น ข้อความเสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอีกชนิดหนึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด

---

329 เรื่องเดียวกัน.

330 เธียรทศ ประพฤติชอบ. (2557). เมื่อเขามา ฉันจะไปจริงหรือ? (สื่อเก่า VS สื่อใหม่). TPA News Modern Innovation. (213), 11-12.

331 Burnett, R., & David, P. M. (2003). Web Theory. Routledge.

คือ สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถนำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ความเปลี่ยนแปลงนี้ ถูกเรียกขานว่า “การทำให้เป็นระบบตัวเลข” หรือ “ดิจิไทเซชั่น” (Digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็นระบบตัวเลข เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด “สื่อใหม่” (New Media) ขึ้น เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ “อินเตอร์ แอคทีฟ” (Interactive) คาดหวังกันว่าสื่อใหม่ จะสามารถตอบสนองความต้องการของ “ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร” (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มี ข้อจำกัด ในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน[332]

ทั้งนี้ สามารถแบ่งประเภทของสื่อใหม่ กล่าวคือ รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้[333]

1. เว็บไซต์ (Web site)
2. อินเทอร์เน็ต (Internet)
3. อีเมล (E-mail)
4. เทคโนโลยีอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
5. วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง (Virtual Reality)
6. ซีดีรอมมัลติมีเดีย (Multimedia CD-ROM)
7. ซอฟต์แวร์ (Software)
8. บล็อกและวิกิ (Blog)
9. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)
10. ตู้ให้บริการสารสนเทศ (Kiosk Information Systems)
11. โทรทัศน์โต้ตอบ (Interactive Television)
12. อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ (Personal Digital Assistant) พอดแคสต์ (Podcast)
13. นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext Fiction)

---

[332] สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (ม.ป.ป.). พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): อิทธิพลภาษาดิจิตอลต่อรูปแบบการ สื่อสารของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ. http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/PDF/New%20Media.pdf

[333] ปิยะพร เขตบรรณพต. (2553). พฤติกรรมรับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. CMU Intellectual Repository (CMUIR). http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/9753.

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่า สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก (Analog) หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล (Digital) ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) อีเมล์ เป็นต้น ซึ่งตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อิสระมากขึ้น

อย่างไรก็ดีในส่วนของการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ กล่าวคือ จากจุดเด่นของสื่อใหม่ที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นกว่าสื่อเก่า ส่งผลให้สื่อมวลชนที่เป็นสื่อเก่าต้องเริ่มปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัล ดังจะเห็นได้จาก สื่อประเภทหนังสือพิมพ์เกือบทุกฉบับในประเทศไทยเพิ่มการให้บริการ News Content ที่มีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์แบบ E-Newspaper ส่วนโทรทัศน์นั้นผู้รับชมก็สามารถเข้าไปชมรายการย้อนหลังของสถานีโทรทัศน์ที่ต้องการได้บนเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมไปถึงวิทยุก็กลายเป็นสื่อทางโทรทัศน์หรือเป็นเคเบิลทีวี ผู้คนยังสามารถฟังรายการวิทยุบนเว็บไซต์ หรือรับชมผ่านโทรทัศน์ได้เช่นเดียวกัน ดังนั้น ในฐานะผู้รับสารและข้อมูลผ่านสื่อ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพิจารณาเลือกรับชมสื่อ นอกจากนี้ ควรต้องแยกแยะให้ออกว่าสื่อใดทำหน้าที่เป็น “สื่อหลัก” และสื่อใดทำหน้าที่เป็น “สื่อรอง” เนื่องจากในยุคดิจิทัลปัจจุบันนี้ ทำให้เกิดการพัฒนาและมีการปรับตัวของทั้งสื่อ และผู้รับข่าวสาร ซึ่งกล่าวได้ว่าผู้คนกำลังอยู่ในยุคของสื่อที่เรียกว่า Media Convergence Age หรือยุคของสื่อหลอมรวม อันหมายถึง การเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนผ่านจากยุคสื่อเก่า เป็นการหลอมรวมกันของสื่อใหม่ และสื่อเก่าที่กำลังผสานกำลังกลายเป็นวิถีชีวิตประจำวันของคนยุคดิจิทัล

ลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัลประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) คือ

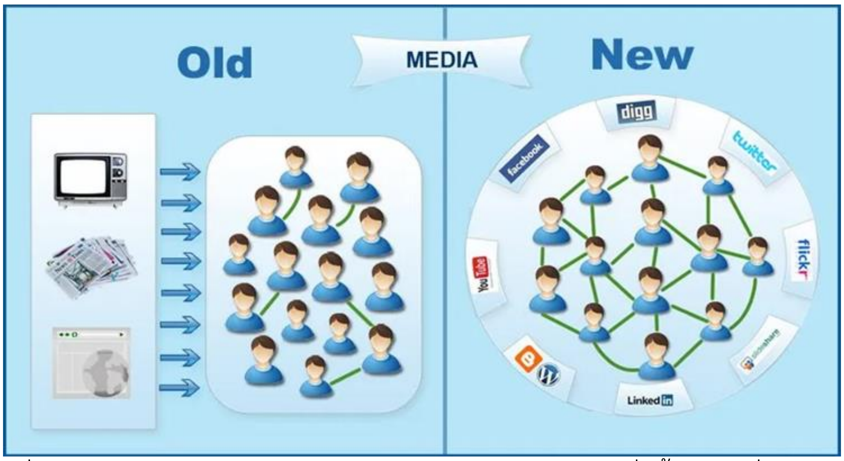
1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้รับสื่อสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่าง ๆ ตามเวลาที่กำหนด

2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ผู้รับสื่อสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของปัจเจกบุคคล

3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง

4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สำหรับสื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้า เป็นต้น แต่สำหรับสื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำลงไปไว้ในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไหร่ก็ได้ เป็นต้น

5. อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหามาสู่ยุคนักบริโภคริเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนยุคอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในแพลตฟอร์ม YouTube รวมถึงสื่อผสมใหม่ ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้รับสื่อบุคคลคนใดก็ได้ จึงเกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้รับสื่อเอง (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว




ภาพที่ 262 แผนภาพเปรียบเทียบการรับข้อมูลของผู้รับสารระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่
ที่มา: www.www.gramdigital.net/blog/how-to-use-new-media

**เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่**

| สื่อดั้งเดิม (Traditional Mass Media) | สื่อใหม่ (New Media) |
|---|---|
| **เน้นตอบสนองชุมชนชัดเจน (Geographically Constrained)** ถูกผลักดันให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด การหาส่วนแบ่งตลาดจากผู้รับสารในท้องถิ่น | **อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling)** ผู้รับสื่อสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด |
| **องค์กรหลายระดับชั้น (Hierarchical)** รับส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระดับชั้นแนวตั้ง ผ่านผู้กลั่นกรองข่าวสารและคัดเลือกข่าวโดยมืออาชีพ | **อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries)** ผู้รับสื่อสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ขึ้นอยู่กับความต้องการของปัจเจกบุคคล |
| **มุ่งทิศทางเดียว (Unidirectional)** การแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารเป็นแบบทางเดียว มีผลสะท้อนกลับชัดเจน | **อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale)** เนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น ปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง |
| **ข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา (Space and Time Constrained)** ตัวอย่าง เช่น หนังสือพิมพ์ ถูกจำกัดพื้นที่ วิทยุและโทรทัศน์ ถูกจำกัดด้วยเวลา | **อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats)** สื่อใหม่ไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามช่องทางแพลตฟอร์ม |
| **นำเสนอโดยนักสื่อสารมวลชน (Professional Communicators)** นักวารสารศาสตร์ ผู้สื่อข่าว ผู้เชี่ยวชาญ มีคุณภาพตรงกับงานสื่อสารมวลชนอย่างเต็มรูปแบบ | **อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหามาสู่ยุคนักบริโภค ริเริ่มสร้างและควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled)** สื่อผสมใหม่ ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้รับสื่อบุคคลคนใดก็ได้ |

ภาพที่ 263 ตารางเปรียบเทียมความแตกต่างระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่
ที่มา: www.www.bing.com/search?q=เปรียบเทียมความแตกต่างระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่/

ทั้งนี้ ผลกระทบจากสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย กล่าวคือ ในยุคที่สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้คนไทยเสพสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามเพศและวัย จากการศึกษาพบว่า สื่อใหม่อย่างสื่อสังคมออนไลน์นั้น สร้างการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “Mobile Life” หรือพลวัตวิถี ทำให้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่หายไป ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการใช้งานต่าง ๆ สามารถทำได้ในทุกที่ทุกเวลา ผลกระทบที่เป็นลักษณะเด่นในบริบทของสังคมไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามานั้น ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งทางความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม เนื่องจากโลกออนไลน์ได้สร้างพื้นที่ใหม่แห่งการนำเสนอตนเอง ผู้หญิงมีความกล้าในการนำเสนอตนเองมากขึ้นผ่านสื่อโดยใช้บัญชีผู้ใช้งานแพลตฟอร์มของตนเอง[334]

รวมไปถึง สื่อสังคมออนไลน์ยังทำให้การเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้นกว่าการพบเจอกันบนโลกความจริงในสังคมไทย เนื่องจาก ผู้คนบางส่วนมีความเกรงใจ เขินอาย และมักไม่ค่อยพูดคุยกับคนแปลกหน้า แต่เมื่อมีสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้น ทำให้การปฏิสัมพันธ์กับคนแปลกหน้ากลายเป็นเรื่องปกติ คำศัพท์และรูปแบบของภาษาในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เพศหญิง และเพศทางเลือก มีการสร้างและใช้คำศัพท์ใหม่ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การตั้งใจสะกดผิด การเขียนย่อคำ หรือการนำภาษาต่างประเทศมาใช้ เป็นต้น นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อการรวมตัวทางการเมืองในสังคมไทย โดยเฉพาะการสนับสนุนกลุ่มทางการเมืองที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งทำได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางเมื่อเปรียบเทียบกับการรวมตัวทางการเมืองในยุคอดีตที่ยังไม่มีสื่อสังคมออนไลน์[335]

ตัวอย่างผลกระทบของสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย เช่น การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ทั้งข้อเท็จจริงและข่าวปลอมที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์ ในช่องทางแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทำให้กระแสการชุมนุมของเยาวชนทั่วประเทศไทยในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา (ระหว่าง พ.ศ. 2563 ถึง ปัจจุบัน) ถือเป็นเหตุการณ์การชุมนุมที่มีผู้คนเข้าร่วมมากที่สุด นับตั้งแต่การเข้ามาสู่อำนาจของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีคนปัจจุบัน อีกทั้ง การชุมนุมของกลุ่มเยาวชนครั้งนี้ นำมาสู่การนำเสนอภาพการชุมนุมประท้วงรูปแบบใหม่ ที่เป็นการตอบรับกันระหว่างความเคลื่อนไหว ในโลกออนไลน์และพื้นที่ท้องถนน เกิดแฮชแท็ก #ไอเดียออกม็อบ ขึ้นติดอันดับหนึ่งยอดนิยมของทวิตเตอร์ประเทศไทย ตลอดช่วงเช้าและบ่ายในวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ผู้ใช้ทวิตเตอร์หลากหลายบัญชีร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่า “การลงถนน” ครั้งหน้า หรือครั้งถัดไปต่อเนื่องของพวกเขา ควรจัดกิจกรรมใดบ้างเพื่อประกอบกิจกรรมการชุมนุม จะเห็นได้ว่าปรากฏการณ์นี้ไม่ได้เกิดขึ้นมาได้ด้วยตัวเอง นอกจากแรงสะเทือนจากปรากฏการณ์ ‘ผีเสื้อขยับปีก’ ที่เริ่มจากการชุมนุมของกลุ่ม ‘เยาวชนปลดแอก’ บริเวณอนุสาวรีย์

---

[334] จุลนี เทียนไทย และคณะ. (2564). การสร้างความเข้าใจในคุณลักษณะ พฤติกรรมและทัศนคติในอนาคตของชาวดิจิทัลไทย. (พิมพ์ครั้งแรก). ภาพพิมพ์.

[335] เรื่องเดียวกัน.

ประชาธิปไตย 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมาแล้ว ความเคลื่อนไหวในรูปแบบออนไลน์ที่วางวิถีทางมาก่อนหน้านั้นหลายปี มีส่วนมากในการสร้างอัตลักษณ์การชุมนุมที่มีลักษณะจำเพาะนี้ขึ้นมา[336]

ภาพที่ 264 ทวิตข้อความเกี่ยวกับกิจกรรมการชุมนุมของกลุ่ม #เยาวชนปลดแอก โดยบัญชีผู้ใช้งานนักข่าวสำนักข่าวออนไลน์
ที่มา: www.workpointtoday.com/thailand-protest-2020-digital-movement/

อีกหนึ่งปรากฏการณ์ที่เป็นผลมาจากสื่อใหม่ เช่น มีบัญชีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันติ๊กตอก (Tiktok) รายหนึ่ง ได้ลงคลิปวิดีโอมีความยาวเพียง 6 วินาที ปรากฏเป็นภาพนักเรียนกลุ่มหนึ่งสวมหน้ากากอนามัยชูสามนิ้ว พร้อมการเต้น เคลื่อนไหวอย่างสนุกสนาน คลิปนี้มีผู้คนนำมาโพสต์และแชร์ส่งต่อกันอย่างแพร่หลายบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ (Twitter) และกลายเป็นอีกหนึ่งเนื้อหาที่ได้รับความสนใจ และเป็นเนื้อหาติดอันดับการค้นหายอดนิยม ที่มีผู้คนรับชมสื่อดังกล่าว ในเวลาต่อมาก็กลายเป็นภาพการเคลื่อนไหวรูปแบบใหม่สำหรับประเด็นการเมืองไทย[337]

ภาพที่ 265 คลิปวิดีโอการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์จากติ๊กตอกปรากฏบนทวิตเตอร์
ที่มา: www.workpointtoday.com/thailand-protest-2020-digital-movement/

---

336 วศินี พบูประภาพ. (2563, 25 กรกฎาคม). ม็อบดิจิตัล: ความป๊อปในโลกออนไลน์ ที่ผลักดันให้การชุมนุมเข้าถึงคนมากขึ้น. Workpoint TODAY. https://workpointtoday.com/thailand-protest-2020-digital-movement/

337 เรื่องเดียวกัน.

รวมไปถึง จากการเกิดขึ้นของแฮชแท็ก #ไอเดียออกม็อบ ได้นำไปสู่การมีผู้เสนอให้จัด “ม็อบกะเทย” โดยมีกิจกรรมร่วมต่อบทจากภาพยนต์ชุดชื่อดัง “หอแต๋วแตก” ประกอบการแสดงแดรกควีน มีผู้คนกดรีทวีต (Retweet) ข้อความดังกล่าวจำนวนเกือบ 50,000 ครั้ง และผู้เสนอความคิดและรูปแบบกิจกรรมการเคลื่อนไหวประกาศจะนำประเด็นเรื่องนี้เรียกร้องผ่านการชุมนุมลงพื้นที่ถนนอย่างจริงจังในเวลาต่อมา[338]

ภาพที่ 266 ภาพกิจกรรมม็อบล้อเลียนรัฐบาลตามบทภาพยนตร์ชื่อดัง
ที่มา: https://www.sanook.com/news/8216514/

โดยสรุปแล้ว จึงเห็นได้ว่า การเกิดขึ้นของสื่อใหม่นั้น มีส่วนสำคัญต่อวิวัฒนาการรูปแบบความเคลื่อนไหวทางการเมือง ในลักษณะไหลเวียนเป็นวงจร จากแพลตฟอร์มออนไลน์สู่พื้นที่บนถนนจากพื้นที่บนถนนกลับเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์อีกครั้ง เรื่องความก้าวหน้าของข้อเรียกร้องที่หลายฝ่ายกล่าวว่า การชุมนุมของกลุ่มนักเรียน นิสิตนักศึกษาครั้งนี้ ก้าวหน้ากว่าการชุมนุมประท้วงที่เคยเกิดขึ้นมาในสังคมไทย หากจะพิจารณาในแง่ของรูปแบบการเคลื่อนไหว ปรากฏการณ์เหล่านี้ถือเป็นการข้ามผ่านครั้งใหญ่ เพราะได้สลายเส้นกั้นระหว่างพื้นที่ทางกายภาพและโลกออนไลน์โดยสิ้นเชิง

### 3.2.1.8 ความรู้เกี่ยวกับ Algorithm ในการแสดงผลของ Social platform

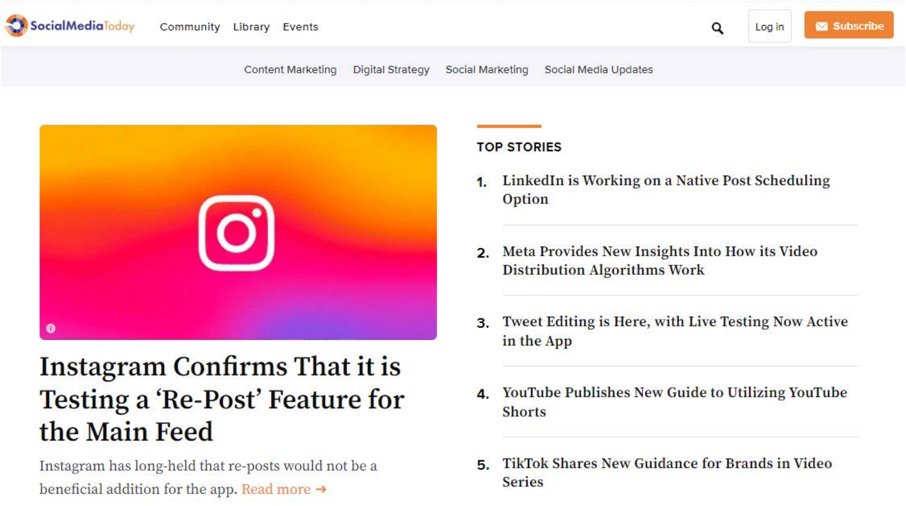
สื่อสังคมยุคใหม่ ที่ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นสื่อกลางนั้น มีการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีช่วยในการแสดงผลเนื้อหาที่ตอบสนองต่อลักษณะของผู้ใช้งานได้ในระดับรายบุคคล เพื่อประโยชน์ในการดึงดูดความสนใจและความนิยมใช้งานแพลตฟอร์มของตนเอง โดยนำไปสู่มูลค่าทางการตลาดของบริษัทผู้ประกอบการแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยผู้ใช้งานมักได้รับทราบความเปลี่ยนแปลงของการปรับเปลี่ยนระบบการแสดงผลของแต่ละแพลตฟอร์มอยู่เสมอ เนื่องจากเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ครั้ง ผู้ได้รับผลกระทบหลักนั้น ลำดับแรกคือผู้ผลิตเนื้อหาบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ต้องปรับตัวเพื่อให้เนื้อหาของตนเองนั้นเข้าข่าย

[338] วศินี พบูประภาพ. (2563, 25 กรกฎาคม). ม็อบดิจิตัล: ความป๊อปในโลกออนไลน์ ที่ผลักดันให้การชุมนุมเข้าถึงคนมากขึ้น. Workpoint TODAY. https://workpointtoday.com/thailand-protest-2020-digital-movement/

การถูกดึงไปนำเสนอตามระบบที่ได้พัฒนาใหม่ ๆ ซึ่งมีชื่อเรียกที่คุ้นเคยว่าคือ "Algorithm" ในการแสดงผลข้อมูล

โดยทั่วไป วาระในการปรับปรุง Algorithm ของแพลตฟอร์มต่าง ๆ นั้นจะไม่ได้มีกำหนดการที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับสภาพตลาดและความเข้มข้นของการแข่งขันกันเองในอุตสาหกรรมผู้ให้บริการสื่อสังคมยุคใหม่ เช่น ในปัจจุบันแพลตฟอร์มที่ครองความนิยมมาอย่างยาวนานคือ Facebook ได้มีการปรับปรุง Algorithm ในการแสดงผลข้อมูลอย่างต่อเนื่องอันมีที่มาจากการถูกแย่งชิงความนิยมในการใช้งานโดยแพลตฟอร์มจากอีกซีกโลกคือ Tiktok จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการ Facebook ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจครั้งใหญ่โดยมุ่งสู่โลกอนาคตอันเกิดจากพัฒนาการของเทคโนโลยี 5G คือ การเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น Meta และมุ่งสู่การให้บริการ Metaverse เพื่อสร้างเทคโนโลยีใหม่ ๆ และตอบสนองความต้องการในอนาคต และยังได้ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการแพลตฟอร์มในกลุ่มบริการเดียวกันคือ Instragram ให้สามารถแข่งขันทางการบริการกับ Tiktok เช่นเดียวกัน

เนื่องจากการปรับปรุง Algorithm เพื่อแสดงผลในการแต่ละแพลตฟอร์มนั้น มีการแข่งขันที่เข้มข้นและมีความถี่ในการปรับปรุงสูง ในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน จึงควรติดตามแหล่งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล Algorithm อาทิ เว็บไซต์ www.socialmediatoday.com ที่มีการให้บริการแจ้งการปรับปรุง Algorithm ของแต่ละแพลตฟอร์มอย่างทันท่วงทีซึ่งเป็นผู้ให้บริการเนื้อหาในระดับสากล




ภาพที่ 267 ผู้ให้บริการข้อมูลการปรับเปลี่ยน Algorithm ระดับสากล

ที่มา: www.socialmediatoday.com/topic/algorithm-updates

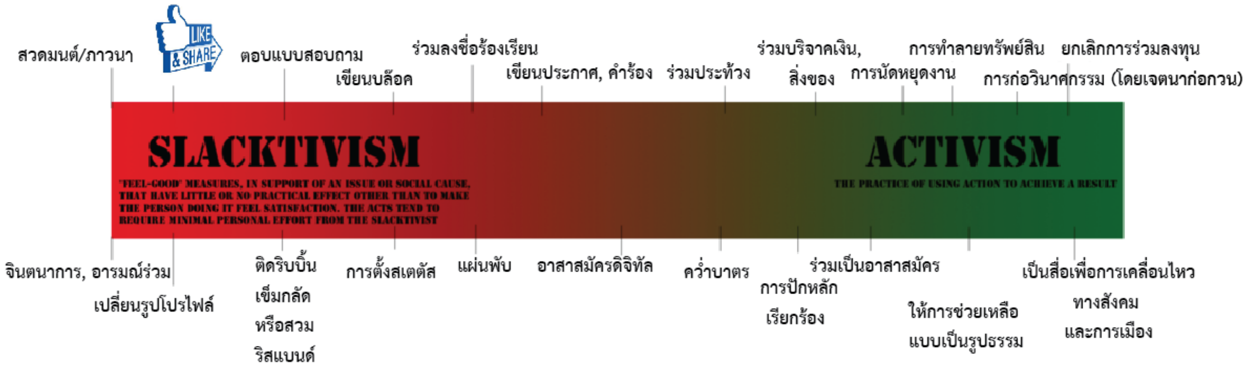
นอกเหนือจากนี้ยังมีผู้ให้บริการข่าวสารในประเทศไทยที่เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง Algorithm อาทิ www.marketinginsecret.com/facebook-algorithm

ภาพที่ 268 ผู้ให้บริการข้อมูลการปรับเปลี่ยน Algorithm ในประเทศไทย

ที่มา: www.marketinginsecret.com/facebook-algorithm/

### 3.2.1.9 Slacktivism กรณีศึกษาในประเทศไทย

พัฒนาการของสื่อสังคมยุคใหม่ ซึ่งก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคมบนช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์นั้น สามารถดึงดูดบุคคลที่มีความปรารถนาอยากเห็น หรืออยากมีส่วนร่วมในการที่จะทำให้สังคมดีขึ้น แต่ก็เป็นกลุ่มบุคคลที่มีระดับความต้องการลงทุนลงแรงที่ต่ำ และเป็นอุปสรรคในการก้าวออกไปช่วยเหลือสังคม ดังนั้นเมื่อมีช่องทางที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมผ่านทางโลกออนไลน์ได้ ซึ่งสามารถลงแรงเพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส จึงทำให้เกิดกลุ่มบุคลที่มีนิยามในขณะนี้ว่า "Slacktivist/Slacktivism" โดยมีผู้ให้คำแปลที่แตกต่างกัน โดยในการศึกษาครั้งนี้ให้นิยามว่าเป็น "คนขี้เกียจที่อยากเห็นสังคมดีขึ้น" โดยรวมมักแสดงออกถึงคุณลักษณะของรูปแบบพฤติกรรมที่ส่งเสริมให้บุคคลมีความรู้สึกดีกับตนเองมากกว่าการมีส่วนร่วมในรูปแบบออฟไลน์[339]ซึ่งได้มีผู้กำหนดคุณลักษณะที่เป็นระดับความเข้มข้นของการร่วมกิจกรรมแบบ Slacktivist ไปจนถึงความเข้มข้นในระดับของ Activist ที่มีความน่าสนใจ ดังภาพ




ภาพที่ 269 เฉดความแตกต่างของการปฏิบัติระหว่าง slacktivism & activism

ที่มา: www. stricklandt1.medium.com/the-future-dangers-of-slacktivism-b4676e0986a0

[339] Sang-won Lee, "Social Media Use and Social Movements and Protests," SEP 2020, doi: 10.1002/9781119011071.iemp0316

อย่างไรก็ตาม มีข้อถกเถียงถึงคุณประโยชน์ของ Slacktivist ในแง่มุมว่าเป็นกลุ่มที่สามารถสร้างสรรค์สังคมได้ เมื่อนำมาพิจารณาประกอบกับแนวคิดด้านการตีความสื่อสังคมยุคใหม่ว่าเป็นพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) แห่งใหม่ในปัจจุบัน ดังนั้นการปฏิบัติตัวของ Slacktivist ต่อประเด็นต่าง ๆ บนโลกออนไลน์จึงมีแง่มุมที่ช่วยสร้างสรรค์สังคมได้ อาทิ การช่วยแชร์ประเด็นที่กำลังต้องการความช่วยเหลือ การร่วมบริจาคในการระดมทุน การแจ้งข่าวเตือนภัย และการช่วยชี้เบาะแสต่าง ๆ เป็นต้น

ภาพที่ 270 การช่วยเหลือผ่านสื่อสังคมยุคใหม่ในการชี้เบาะแสเพื่อตามหาตัวบุคคลที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ได้จริง การระดมบริจาคสิ่งต่าง ๆ และการระดมเข้าชื่อ

ที่มา: www.facebook.com

### 3.2.2 เนื้อหาส่วนที่ 2 กฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม

#### 3.2.2.1 เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (Freedom of speech)

Freedom of speech is a human right กล่าวคือ มนุษย์ทุกคนย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งการพูดหรือการแสดงความคิดเห็นเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชนสากล ซึ่งเป็นไปตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนขององค์กรสหประชาชาติ และตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 ในหมวด 3 เรื่องสิทธิเสรีภาพของปวงชนชาวไทย ดังนี้

**1) ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม**

องค์กรสหประชาชาติได้ประกาศใช้ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน เพื่อเป็นหลักการสำคัญในการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของประชาคมโลกเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2491 และถึงแม้ว่าปฏิญญาฉบับนี้จะไม่ใช่สนธิสัญญาระหว่างประเทศแต่ก็จัดเป็นกฎหมายจารีตระหว่างประเทศด้านสิทธิ

มนุษยชนที่สำคัญที่สุด ซึ่งประเทศต่าง ๆ จำต้องเคารพต่อหลักการสิทธิมนุษยชนที่ได้ตราไว้ในปฏิญญาฉบับนี้ ซึ่งปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนมีข้อที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม[340] ดังนี้

ข้อที่ 19 เสรีภาพในการแสดงออก คือ ทุกคนมีสิทธิในอิสรภาพแห่งความเห็นและการแสดงออก รวมทั้งอิสรภาพในอันที่จะถือเอาความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง แสวงหา รับ และส่งข้อมูลข่าวสารตลอดจนข้อคิดผ่านสื่อใด โดยไม่คำนึงถึงพรมแดน

ข้อที่ 20 เสรีภาพในการชุมนุมอย่างสันติ คือ 1) ทุกคนมีสิทธิในอิสรภาพแห่งการชุมนุม ร่วมประชุมและการตั้งสมาคมโดยสันติ 2) บุคคลใดไม่อาจถูกบังคับให้สังกัดสมาคมหนึ่งได้

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม คือ เสรีภาพในการแสดงออก และเสรีภาพในการชุมนุม ซึ่งถือเป็นหลักการสำคัญในการขับเคลื่อนการเคลื่อนไหวทางสังคมที่กลุ่มนักเคลื่อนไหวทางสังคมใช้ในการสื่อสารกับรัฐเพื่อสะท้อนถึงปัญหาและข้อเรียกร้องต่าง ๆ ที่ประชาชนควรจะได้รับจากรัฐ

**2) รัฐธรรมนูญในหมวด 3 เรื่องสิทธิเสรีภาพของปวงชนชาวไทย**

การคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนนับเป็นหลักการสำคัญของการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยที่รัฐธรรมนูญทุกฉบับล้วนให้ความสำคัญ รวมถึงรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 ซึ่งรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 ในเรื่องสิทธิเสรีภาพของประชาชนได้บัญญัติไว้ในหมวดที่ 3 ซึ่งมาตราที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมสามารถแบ่งประเภทได้ 3 ประเภท คือ สิทธิเสรีภาพของประชาชน สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน และสิทธิเสรีภาพของกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคม ดังนี้

**2.1) สิทธิเสรีภาพของประชาชนตามรัฐธรรมนูญในหมวด 3 เรื่องสิทธิเสรีภาพของปวงชนชาวไทย มาตรา 25**

มาตรา 25[341] สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย นอกจากที่บัญญัติคุ้มครองไว้เป็นการเฉพาะในรัฐธรรมนูญแล้ว การใดที่มิได้ห้ามหรือจำกัดไว้ในรัฐธรรมนูญหรือในกฎหมายอื่น บุคคลย่อมมีสิทธิและเสรีภาพที่จะทำการนั้นได้และได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ ตราบเท่าที่การใช้สิทธิหรือเสรีภาพ เช่นว่านั้นไม่กระทบกระเทือนหรือเป็นอันตรายต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และไม่ละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น

สิทธิหรือเสรีภาพใดที่รัฐธรรมนูญให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ หรือให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายบัญญัติ แม้ยังไม่มีการตรากฎหมายนั้นขึ้นใช้บังคับ บุคคลหรือชุมชนย่อมสามารถใช้สิทธิหรือเสรีภาพนั้นได้ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ

---

[340] United Nations. Universal Declaration of Human Rights. https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights อ้างจาก Amnesty International Thailand. ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน. https://www.amnesty.or.th/our-work/hre/udhr/

[341] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560, 6 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 40ก หน้า 7-8

บุคคลซึ่งถูกละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพที่ได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ สามารถยกบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญเพื่อใช้สิทธิทางศาลหรือยกขึ้นเป็นข้อต่อสู้คดีในศาลได้

บุคคลซึ่งได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพหรือจากการกระทำความผิดอาญาของบุคคลอื่น ย่อมมีสิทธิที่จะได้รับการเยียวยาหรือช่วยเหลือจากรัฐตามที่กฎหมายบัญญัติ

**2.2) สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนตามรัฐธรรมนูญในหมวด 3 เรื่องสิทธิเสรีภาพของปวงชนชาวไทย มาตรา 34 และมาตรา 35**

มาตรา 34[342] บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน

เสรีภาพทางวิชาการย่อมได้รับความคุ้มครอง แต่การใช้เสรีภาพนั้นต้องไม่ขัดต่อหน้าที่ของปวงชนชาวไทยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และต้องเคารพและไม่ปิดกั้นความเห็นต่างของบุคคลอื่น

มาตรา 35[343] บุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวสารหรือ การแสดงความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

การสั่งปิดกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นเพื่อลิดรอนเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้

การให้นำข่าวสารหรือข้อความใด ๆ ที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนจัดทำขึ้นไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนนำไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์หรือสื่อใด ๆ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในระหว่างเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะสงคราม

เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย

การให้เงินหรือทรัพย์สินอื่นเพื่ออุดหนุนกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นของเอกชน รัฐจะกระทำมิได้ หน่วยงานของรัฐที่ใช้จ่ายเงินหรือทรัพย์สินให้สื่อมวลชนไม่ว่าเพื่อประโยชน์ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการอื่นใดในทำนองเดียวกันต้องเปิดเผยรายละเอียดให้คณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินทราบตามระยะเวลาที่กำหนดและประกาศให้ประชาชนทราบด้วย

เจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพตามวรรคหนึ่ง แต่ให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์และภารกิจของหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่ด้วย

---

[342] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560, 6 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 40ก หน้า 9

[343] เรื่องเดียวกัน, หน้า 9-10

**2.3) สิทธิเสรีภาพของกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมตามรัฐธรรมนูญในหมวด 3 เรื่องสิทธิเสรีภาพของปวงชนชาวไทย มาตรา 28 มาตรา 42 และ มาตรา 44**

มาตรา 28[344] บุคคลย่อมมีสิทธิและเสรีภาพในชีวิตและร่างกาย

การจับและการคุมขังบุคคลจะกระทำมิได้ เว้นแต่มีคำสั่งหรือหมายของศาลหรือมีเหตุอย่างอื่นตามที่กฎหมายบัญญัติ

การค้นตัวบุคคลหรือการกระทำใดอันกระทบกระเทือนต่อสิทธิหรือเสรีภาพในชีวิตหรือร่างกายจะกระทำมิได้ เว้นแต่มีเหตุตามที่กฎหมายบัญญัติ

การทรมาน ทารุณกรรม หรือการลงโทษด้วยวิธีการโหดร้ายหรือไร้มนุษยธรรมจะกระทำมิได้

มาตรา 42[345] บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการรวมกันเป็นสมาคม สหกรณ์ สหภาพ องค์กร ชุมชน หรือหมู่คณะอื่น

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือเพื่อการป้องกันหรือขจัดการกีดกันหรือการผูกขาด

มาตรา 44[346] บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการชุมนุมโดยสงบและปราศจากอาวุธ

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยสาธารณะ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น

อย่างไรก็ดีการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนไหวทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมประชาชนทุกคนย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น กลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมย่อมมีเสรีภาพในการชุมนุม รวมทั้งสื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร หรือการแสดงความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ซึ่งเป็นไปตามที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญในหมวด 3 เรื่องสิทธิเสรีภาพของปวงชนชาวไทย แต่อย่างไรก็ตามเสรีภาพนี้มักถูกลิดรอนจากรัฐไม่ว่าจะด้วยการออกกฎหมายมาลิดรอนสิทธิ หรือใช้อำนาจปกครองมาลิดรอนสิทธิ อาทิ พระราชบัญญัติความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ หรือกฎหมายปิดปาก (SLAPP) เป็นต้น[347]

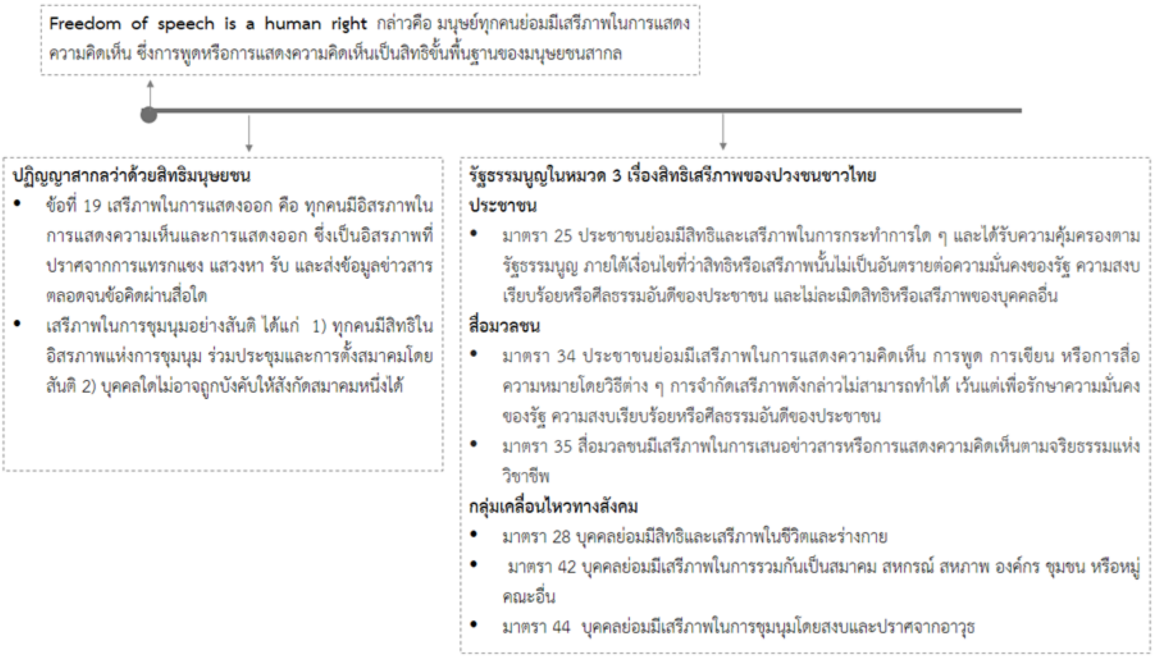
---

344 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560, 6 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 40ก หน้า 8

345 เรื่องเดียวกัน, หน้า 11

346 เรื่องเดียวกัน, หน้า 12

347 ทศพล ทรรศนกุลพันธ์. (2562). สภาพปัญหาและลู่ทางสนับสนุนสิทธิในการรวมกลุ่มบนโลกไซเบอร์เพื่อแสดงออกในประเด็นฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. สถาบันพระปกเกล้า. https://www.kpi.ac.th/media/pdf/research/research1010_418a10dd5be74c240ada2b4030adcbcf.pdf




ภาพที่ 271 ภาพสรุป Freedom of speech ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

#### 3.2.2.2 การดำเนินคดีเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในประเด็นสาธารณะ หรือ Strategic Lawsuits Against Public Participation (SLAPP)

Strategic Lawsuits Against Public Participation (SLAPP) หมายถึง การดำเนินคดีเพื่อยับยั้งการแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี หรือการโต้เถียงโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อต่อสู้กับบุคคลที่พูดหรือแสดงความเห็นต่อรัฐบาลหรือประโยชน์สาธารณะ ซึ่ง SLAPP นี้ ถูกนำมาใช้เพื่อปิดปากและข่มขู่การวิพากษ์วิจารณ์โดยการบังคับให้คนที่พูดหรือแสดงความเห็นในเรื่องสาธารณะจะต้องใช้เงินมหาศาลในการต่อสู้กับข้อกล่าวหา โดยผู้ที่ดำเนินคดีไม่ได้มีเจตนาที่จะร้องขอความยุติธรรม แต่ดำเนินคดีเพื่อข่มขู่บุคคลที่ไม่เห็นด้วยกับตนหรือกิจกรรมที่ตนได้กระทำ ส่งผลให้ผู้ใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นที่ถูกดำเนินคดีจะต้องสูญเสียเงินในการต่อสู้คดี ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ SLAPP มักเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิผล เนื่องจากการต่อสู้คดีต้องใช้เวลานานและสูญเสียเงินจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ที่ถูกดำเนินคดีที่แสดงความคิดเห็นในเรื่องสาธารณะ หรือตรวจสอบการดำเนินกิจการสาธารณะมักจะล้มเลิกการแสดงความคิดเห็นและติดตามตรวจสอบ ประนีประนอม หรือยอมความ ซึ่งการปล่อยให้มีคดี SLAPP เกิดขึ้นได้มีผลให้คุณค่าการสนับสนุน ส่งเสริม คุ้มครอง และเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นในเรื่องสาธารณะอย่างอิสระเพื่อประโยชน์ต่อประชาชนลดลง[348]

อย่างไรก็ดีกฎหมายที่มักถูกนำมาใช้ในการดำเนินคดีในลักษณะของการดำเนินคดีเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในประเด็นสาธารณะ หรือ Strategic Lawsuits Against Public Participation (SLAPP) คือ การถูกฟ้อง

[348] ปกป้อง ศรีสนิท. (2561). กฎหมายต่อต้านการดำเนินคดีเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในกิจการสาธารณะ (Anti- SLAPP Law). วารสารวิชาการสิทธิมนุษยชน. 3(2), 10-30.

ความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 326 ผู้ใดใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท และมาตรา 328 ความผิดฐานหมิ่นประมาทโดยการโฆษณาด้วยเอกสาร ภาพวาด ภาพระบายสี ภาพยนตร์ ภาพหรือตัวอักษรที่ทำให้ปรากฏ ไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ แผ่นเสียง หรือสิ่งบันทึกเสียง บันทึกภาพ หรือบันทึกอักษร กระทำโดยการกระจายเสียง หรือการกระจายภาพ หรือโดยกระทำการป่าวประกาศด้วยวิธีอื่น ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทโดยการโฆษณา ทั้งนี้ลักษณะคดีความที่เป็น SLAPP ยกตัวอย่างเช่น ในวันที่ 30 เมษายน.พ.ศ. 2562 นายพะเยาว์ อัคฮาด นายพริษฐ์ ชีวา และนายสิรวิชญ์ เสรีธิวัฒน์ เดินเท้าเข้ารับทราบข้อกล่าวหาที่ สถานีตำรวจพญาไท จากเหตุที่ถูกคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) แจ้งความข้อหาหมิ่นประมาทโดยการโฆษณา เนื่องจากทั้ง 3 คน ได้ปราศรัยในกิจกรรมล่าชื่อถอดถอนคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2562 ที่สกายวอล์คสถานีรถไฟฟ้าอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ[349]

อย่างไรก็ดี ยังได้มีการนำพระราชบัญญัติการทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์นำมาใช้ในการดำเนินคดีเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในประเด็นสาธารณะ หรือ Strategic Lawsuits Against Public Participation (SLAPP) อีกด้วย ซึ่งมาตราที่เกี่ยวข้อง คือ มาตรา 14 (1) นำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นข้อมูลที่บิดเบือน หรือปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชน มาตรา 14 (2) นำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลเป็นเท็จ ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชนและมาตรา 14 (3) นำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา[350] ทั้งนี้ลักษณะคดีความที่เป็น SLAPP ยกตัวอย่างเช่น ตำรวจกองบังคับการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยีนำหมายค้น เข้าค้นบ้านหลังหนึ่งในพื้นที่ อำเภอปากคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พร้อมยึดอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติการทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 14 (3) นำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร โดยนางสาวปนัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล แกนนำกลุ่มราษฎร นายนิรากร อ่อนขาว และนางสาวเบนจา อะปัญ แกนนำกลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมได้ถูกกล่าวหาในคดีดังกล่าว[351]

นอกจากนี้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดแจ้งการพิมพ์ ในมาตรา 10 ได้นำมาใช้ในรูปแบบของการดำเนินคดีเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในประเด็นสาธารณะ หรือ Strategic Lawsuits Against Public

---

[349] ไทยพีบีเอส. (2564, 1 พฤศจิกายน). ใครบ้างที่เคยถูก “ฟ้องปิดปาก”. https://news.thaipbs.or.th/content/309234

[350] พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. (2550, 18 มิถุนายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 27ก หน้า 7.

[351] คมชัดลึก. (2564, 17 กันยายน). "ปอท." บุกรวบ "แนวร่วมธรรมศาสตร์" ยกคอมพ์สอบ โยง ผิด ม.116 พ.ร.บ.คอมพ์. https://www.komchadluek.net/news/484146

Participation (SLAPP) เช่นกัน โดยในมาตรา 10 ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติมีอำนาจออกคำสั่งห้ามเผยแพร่สิ่งพิมพ์ใด ๆ ที่เป็นการหมิ่นประมาท ดูหมิ่นหรือแสดงอาฆาตมาดร้ายพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ หรือจะกระทบต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร หรือความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน[352] ทั้งนี้ลักษณะคดีความที่เป็น SLAPP ยกตัวอย่างเช่นตำรวจเข้าตรวจยึดหนังสือปรากฏการณ์สะท้านฟ้า ในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 ซึ่งหนังสือปรากฏการณ์สะท้านฟ้า 10 สิงหา ข้อเรียกร้องว่าด้วยสถาบันกษัตริย์ เป็นหนังสือถอดเทปคำปราศรัยของแกนนำ 4 ราย คือ นายอานนท์ นำภา นายภาณุพงศ์ จาดนอก นางสาวปนัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล ในการชุมนุม #ธรรมศาสตร์จะไม่ทน เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2563 ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต และคำปราศรัยของพริษฐ์ ชิวารักษ์ ในการชุมนุม ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ขอนแก่น เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2563 โดยในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 ก่อนการชุมนุมใหญ่ #19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ที่สนามหลวง เจ้าหน้าที่ตำรวจทั้งในและนอกเครื่องแบบได้นำกำลังเข้าตรวจยึดหนังสือดังกล่าวจำนวนกว่า 40,000 เล่ม จากบ้านพักของนักศึกษาใกล้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ซึ่งการตรวจยึดดังกล่าวเกิดขึ้นโดยเจ้าหน้าที่ไม่ได้มีหมายค้น เพียงแต่อ้างว่าจะนำหนังสือไปตรวจสอบว่ามีเนื้อหาล้มล้างการปกครองหรือไม่ ทำให้กลุ่มนักศึกษายังไม่ได้นำหนังสือเล่มดังกล่าวไปแจกจ่ายในที่ชุมนุม[353]

อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศไทยจะไม่มีกฎหมายต่อต้านการดำเนินคดีเพื่อยับยั้งการมีส่วนร่วมในประเด็นสาธารณะ หรือ Strategic Lawsuits Against Public Participation (SLAPP) โดยตรง แต่ก็มีความก้าวหน้าในการลดปัญหาดังกล่าวในระบบกฎหมายไทยในช่วงต้นปี พ.ศ. 2562 เมื่อได้มีการปรับปรุงแก้ไขประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 161/1 ให้ศาลมีบทบาทในการคัดกรองคดีที่มีลักษณะต่อต้านการมีส่วนร่วมของประชาชนได้มากขึ้น โดยมาตรา 161/1 ในคดีราษฎรเป็นโจทก์ หากความปรากฏต่อศาลเองหรือมีพยานหลักฐานที่ศาลเรียกมาว่าโจทก์ฟ้องคดีโดยไม่สุจริตหรือโดยบิดเบือนข้อเท็จจริงเพื่อกลั่นแกล้งหรือเอาเปรียบจำเลยหรือโดยมุ่งหวังผลอย่างอื่นยิ่งกว่าประโยชน์ที่พึงได้โดยชอบ ให้ศาลยกฟ้องและห้ามมิให้โจทก์ยื่นฟ้องในเรื่องเดียวกันนั้นอีก

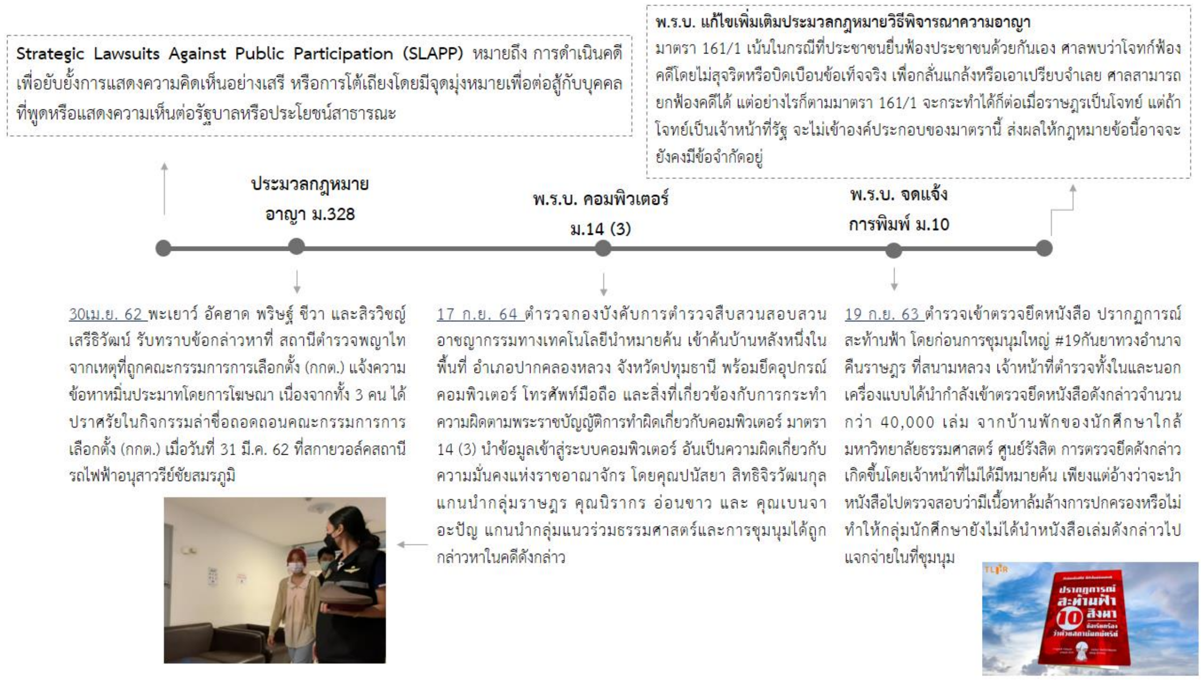
ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า 161/1 ที่เพิ่มเติมมาในพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา (ฉบับที่ 34) พ.ศ. 2562 สามารถช่วยแก้ปัญหาการฟ้องคดีปิดปาก (SLAPP) ที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งส่งผลให้ประชาชนสามารถเกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นในประเด็นสาธารณะ หรือประเด็นที่เป็นผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับตัวเองมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามมาตรา 161/1 จะกระทำได้ก็ต่อเมื่อราษฎรเป็นโจทย์ แต่ถ้าโจทย์เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ จะไม่เข้าองค์ประกอบของมาตรานี้ ส่งผลให้กฎหมายข้อนี้อาจมีข้อจำกัดอยู่[354]

---

352 พระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550. (2550, 24 พฤศจิกายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 93ก.

353 ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน. (2564, 11 มกราคม). แจ้งข้อหา ม.112-พ.ร.บ.การพิมพ์ “ณัฐชนน” นศ.มธ. เหตุนั่งมากับรถขนหนังสือ “ปรากฏการณ์สะท้านฟ้า”. https://tlhr2014.com/archives/24934

354 iLaw. (2562, 26 มิถุนายน). วงเสวนาฟ้องปิดปากชี้ แม้มีการออกกฎหมายเพื่อแก้ไขการฟ้องปิดปากแต่อาจจะไม่มีผลบังคับใช้ได้จริง. https://ilaw.or.th/node/5305




ภาพที่ 272 ภาพสรุป Strategic Lawsuits Against Public Participation (SLAPP)

#### 3.2.2.3 ความแตกต่างระหว่างสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ กับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

การจัดตั้งสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ สืบเนื่องจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 46 ได้มีบทบัญญัติสนับสนุนการจัดตั้งองค์กรวิชาชีพทางด้านกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์ เพื่อควบคุมกันเองทางด้านจริยธรรม นอกจากนี้ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 39 ยังส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม ดังนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ได้ร่วมประชุมกันเมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2552 พร้อมทั้งลงนามท้ายบันทึกแสดงเจตนารมณ์ให้มีการจัดตั้งสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยขึ้น ทั้งนี้ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยมีหน้าที่ในการส่งเสริมผู้ประกอบวิชาชีพทางด้านวิทยุและโทรทัศน์ให้มีความรับผิดชอบและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ในปัจจุบันมีการหลอมรวมสื่อเกิดขึ้น ส่งผลให้สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ที่กำกับดูแลจริยธรรมแห่งวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพทางด้านวิทยุและโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องทำงานควบคู่ไปกับองค์กรกำกับดูแลกันเองของสื่อต่าง ๆ เนื่องจากเป็นองค์กรระดับเดียวกัน และมีภารกิจที่ใกล้เคียงกัน โดยเน้นเรื่องจริยธรรมเป็นหลัก รวมทั้งเป็นองค์กรกำกับดูแลกันเองเช่นเดียวกัน[355]

ทั้งนี้ ในส่วนของการจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ หรือสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สืบเนื่องจากในวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทย

---

[355] สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์. ความเป็นมา. https://www.newsbroadcastingcouncil.or.th/?page_id=2

และภาษาต่างประเทศจำนวน 25 ฉบับ จากทั้งสิ้น 32 ฉบับ รวมทั้งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ 10 องค์กร ได้ร่วมกันลงนามในบันทึกเจตนารมณ์จัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เพื่อเป็นการควบคุมกันเองและส่งเสริมเสรีภาพและความรับผิดชอบ ยกระดับผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยมีตัวแทนสถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกา อินเดีย รัสเซีย และผู้แทนสโมสรผู้สื่อข่าวต่างประเทศในประเทศไทย ร่วมเป็นสักขีพยาน[356] ต่อมาใน พ.ศ. 2563 นายชาย ปถะคามินทร์ เลขาธิการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เปิดเผยผลการประชุมคณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ 9 ครั้งที่ 11/2563 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ณ อาคารสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ว่าที่ประชุมมีมติรับรองร่างธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ที่คณะทำงานยกร่างฯ เสนอ พร้อมประกาศใช้ธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. 2563 วันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ทั้งนี้ สาระสำคัญของธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. 2563 นั้น จากเดิมที่สภาการหนังสือพิมพ์ฯ ทำหน้าที่กำกับดูแลกันเองทางจริยธรรมในส่วนของกิจการหนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ในสังกัดสมาชิกได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นกิจการสื่อมวลชน ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อดิจิทัล หรือสื่ออื่น ๆ ที่ทำหน้าที่สื่อข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนทราบ[357]

ดังนั้น ความแตกต่างระหว่างสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์กับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ กล่าวคือ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์จะมีหน้าที่กำกับดูแลจริยธรรมแห่งวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพทางด้านวิทยุและโทรทัศน์ ส่วนสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติเดิมจะมีหน้าที่กำกับดูแลจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ในปัจจุบันมีการหลอมรวมสื่อเกิดขึ้น ส่งผลให้สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติได้ขยายขอบเขตหน้าที่เป็นการกำกับดูแลกันเองทางจริยธรรมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อดิจิทัล หรือสื่อที่ทำหน้าที่ส่งต่อข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชน

ภาพที่ 273 ภาพสรุปความแตกต่างระหว่างสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์กับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

[356] สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ. (2021, 17 กันยายน). รู้จักสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ. https://www.presscouncil.or.th/รู้จักสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

[357] ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อสิทธิพลเมือง. (2563, 18 พฤศจิกายน). สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เปลี่ยนชื่อ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ. https://www.tcijthai.com/news/2020/18/current/11169

**3.2.2.4 กรณีศึกษากลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาในคดีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประมวลกฎหมายอาญากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน**

**1) ประมวลกฎหมายอาญา**

ประมวลกฎหมายอาญาเป็นบทบัญญัติเกี่ยวข้องกับความผิดอาญาและโทษ ซึ่งกฎหมายลักษณะอาญา ร.ศ. 127 (สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว) ได้ประกาศใช้นานแล้ว จึงได้มีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งกลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาในประมวลกฎหมายอาญา ดังนี้

**ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112**

กลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาในมาตรา 112 ยกตัวอย่างเช่น การชุมนุม #19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และสนามหลวง ระหว่างวันที่ 19-20 ก.ย. พ.ศ. 2563 สถานีตำรวจชนะสงครามแจ้งต่อผู้ปราศรัยในการชุมนุม คือ นายพริษฐ์ ชิวารักษ์ นายอานนท์ นำภา นางสาวปนัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล นายภาณุพงศ์ จาดนอก และนายปติวัฒน์ สาหร่ายแย้ม ระบุว่า คำปราศรัยของผู้ถูกกล่าวหาเป็นการใส่ความ กล่าวหาฝ่ายเดียว ไม่มีพยานหลักฐานยืนยันและเป็นการพูดในทางที่ทำให้กษัตริย์อาจได้รับความเสียหาย[358] หรือการชุมนุมในวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ที่มีการชุมนุมที่หน้าสถานทูตเยอรมนีโดยกลุ่มผู้ชุมนุมได้มีการอ่านคำแถลงการณ์เป็นภาษาต่าง ๆ แถลงการณ์ระบุว่า ประชาชนชาวไทยผู้รักในประชาธิปไตยขอเรียกร้องให้รัฐบาลเยอรมนีตรวจสอบข้อเท็จจริงอันเกี่ยวข้องกับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและข้าราชบริพารในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งจากการอ่านคำแถลงการณ์นี้ส่งผลให้ผู้ที่ร่วมอ่านคำแถลงการณ์ทั้งหมด 13 คนได้ถูกกล่าวหาว่า กระทำความผิดในมาตรา 112 ที่เป็นการหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์[359]

**ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 116**

กลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาในมาตรา 116 ยกตัวอย่างเช่น การชุมนุมในวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 แกนนำและผู้ร่วมชุมนุมของกลุ่มเยาวชนปลดแอกถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดในมาตรา 116 เนื่องจากเนื้อหาคำปราศรัย ณ อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ทำให้เกิดความปั่นป่วนหรือกระด้างกระเดื่องในหมู่ประชาชน[360] หรือการชุมนุมในวันที่ 13-14 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ที่บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย และมีการเคลื่อนขบวนมาที่ทำเนียบรัฐบาล ซึ่งแกนนำทั้ง 4 คน คือ นายพริษฐ์ ชิวารักษ์ นายอานนท์ นำภา นายประสิทธิ์ ครุธาโรจน์ และนางสาวปนัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดในมาตรา 116ร่วมกันกระทำให้ปรากฏแก่

---

[358] บีบีซีนิวส์. (2564, 22 มกราคม). ม. 112: เปิดสำนวนตำรวจ ทำอะไรถึงเข้าข่าย. https://www.bbc.com/thai/thailand-55768153

[359] บีบีซีนิวส์. (2564, 22 กรกฎาคม). ม.112 : อัยการสั่งฟ้อง 13 ผู้ต้องหาชุมนุมเรียกร้องปฏิรูปสถาบันกษัตริย์ที่หน้าสถานทูตเยอรมนี. https://www.bbc.com/thai/thailand-57924686

[360] บีบีซีนิวส์. (2563, 20 สิงหาคม). เยาวชนปลดแอก: ใครเป็นใครในแกนนำ-ผู้ชุมนุมที่ถูกดำเนินคดี. https://www.bbc.com/thai/thailand-53846800

ประชาชนด้วยวาจา หนังสือหรือวิธีอื่นใดอันมิใช่เป็นการกระทำภายในความมุ่งหมายแห่งรัฐธรรมนูญ หรือมิใช่เพื่อแสดงความคิดเห็นหรือติชมโดยสุจริต[361]

**ประมวลกฎหมายมาตรา 215 และ 216**

กลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาในมาตรา 215 และ216 ยกตัวอย่างเช่น การชุมนุมวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ณ อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เจ้าหน้าที่ตำรวจได้เข้าจับกุมผู้เข้าร่วมกิจกรรมชุมนุมใหญ่ #เยาวชนปลดแอก โดยนายอานนท์ นำภา และนายภาณุพงศ์ จาดนอก ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ถูกกล่าวหาว่ากระทำผิดในมาตรา 215 ร่วมกันมั่วสุมกันตั้งแต่สิบคนขึ้นไป เพื่อก่อความวุ่นวายขึ้นในบ้านเมือง[362] หรือในวันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 กลุ่มเยาวชนปลดแอกถูกกล่าวหาว่า กระทำความผิดในมาตรา215 และมาตรา 216 โดยทำการปามะเขือเทศและไข่ไก่หน้าป้ายศาลอาญา เรียกร้องให้ศาลคืนสิทธิประกันตัวให้ผู้ต้องขังทางการเมือง ก่อนเจ้าหน้าที่ควบคุมฝูงชนได้ใช้กำลังเข้าสลายการรวมตัวของกลุ่มบุคคลดังกล่าว โดยได้มีการจับกุมบุคคลรวม 4 ราย เป็นเยาวชนชาย 1 ราย[363]

**ประมวลกฎหมายมาตรา 385**

กลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาในมาตรา 385 ยกตัวอย่างเช่น ในการชุมนุมวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563  นางสาวจุฑาทิพย์ ศิริขันธ์ ประธานสหภาพนักเรียน นิสิต นักศึกษาแห่งประเทศไทย (สนท.) ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดในมาตรา 385 เนื่องจากการจัดการชุมนุมที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย กีดขวางทางสาธารณะ จนอาจเป็นอุปสรรคต่อความปลอดภัยหรือความสะดวกในการจราจร[364] หรือการชุมนุมในวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2563 นายจตุภัทร์ บุญภัทรรักษา หรือไผ่ ดาวดิน และเพื่อน 20 คน จัดเวทีปราศรัยบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดในมาตรา 385 เนื่องจากชุมนุมกีดขวางทางสาธารณะ[365]

**ประมวลอาญาที่เกี่ยวข้องกับการหมิ่นประมาท มาตรา 136 มาตรา 198 มาตรา 326 มาตรา 328 มาตรา 329 และมาตรา 330**

กลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาในประมวลอาญาที่เกี่ยวข้องกับการหมิ่นประมาท ยกตัวอย่างเช่น การชุมนุม#เชียงใหม่จะไม่ทน ในวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ณ บริเวณประตูท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ขณะที่ตำรวจใช้เครื่องเสียงประกาศ อ้างว่าการชุมนุมเป็นการฝ่าฝืนพระราชกำหนดการ

---

361 ไทยพีบีเอส. (2563, 15 ตุลาคม). ใครบ้าง? ถูกจับม็อบ 13-14 ตุลา. https://news.thaipbs.or.th/content/297402

362 สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (IQ). (2563, 7 สิงหาคม). จับแล้ว! แกนนำ"เยาวชนปลดแอก"แจ้ง 8 ข้อหาชุมนุม 18 ก.ค.ฝ่าฝืน พ.ร.ก.ฉุกเฉินฯ. https://www.ryt9.com/s/iq02/3148560

363 ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน. (2564, 23 มิถุนายน). เยาวชน 3 ราย ถูกแจ้งข้อหา “ดูหมิ่นศาล-ม.215” เหตุร่วม #ม็อบ2พฤษภา หน้าศาลอาญา ตร.ยังนำตัวไปขอควบคุมที่ศาลเยาวชนฯ ก่อนได้ประกัน. https://tlhr2014.com/archives/31187

364 ประชาไท. (2563, 1 กันยายน). ตร.จับ 'อั๋ว สนท.' คดี #เยาวชนปลดแอก อ่าน 'สามัญสำนึก' ให้ตร.ฟังระหว่างทาง. https://prachatai.com/journal/2020/09/89327

365 ไทยพีบีเอส. (2563, 13 ตุลาคม). แจ้ง 8 ข้อหา "ไผ่ ดาวดิน" และพวกรวม 21 คน. https://news.thaipbs.or.th/content/297328

บริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งสร้างความไม่พอใจให้ประชาชนที่มาร่วมชุมนุม โดยนายพึ่งบุญ ใจเย็น ที่เป็นกลุ่มผู้ชุมนุมได้ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดในมาตรา 136 ที่เป็นการดูหมิ่นเจ้าพนักงาน เนื่องจากกระทำการดูหมิ่นเจ้าพนักงานด้วยวาจาที่ไม่สุภาพ[366] ในวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2563 นายพริษฐ์ ชิวารักษ์ ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดในมาตรา 198 ที่เป็นการดูหมิ่นศาลหรือผู้พิพากษา กรณีโพสต์วิพากษ์วิจารณ์คำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญ เรื่องการพักอาศัยในบ้านพักข้าราชการทหารของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา[367] ในวันที่ 30 เมษายน.พ.ศ. 2562 นายพะเยาว์ อัคฮาด นายพริษฐ์ ชีวา และนายสิรวิชญ์ เสรีธิวัฒน์ เดินเท้าเข้ารับทราบข้อกล่าวหาที่ สถานีตำรวจพญาไท จากเหตุที่ถูกคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) แจ้งความข้อหามาตรา326 หมิ่นประมาทโดยการใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม ซึ่งทำให้ผู้อื่นเสียชื่อเสียง หรือถูกเกลียดชัง และมาตรา 328 หมิ่นประมาทโดยการโฆษณา เนื่องจากทั้ง 3 คน ได้ปราศรัยในกิจกรรมล่าชื่อถอดถอนคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2562 ที่สกายวอล์คสถานีรถไฟฟ้าอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ[368]

นอกจากนี้ในบางกรณีที่แม้จะเป็นการแสดงออกทางความคิดเห็นบางประการ แต่อาจไม่เข้าข่ายความผิดฐานหมิ่นประมาททางอาญา เช่น ในวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2564 นางสาวรักชนก ศรีนอก หรือ ไอซ์ สมาชิกกลุ่มคลับเฮ้าส์เพื่อประชาธิปไตย ที่ถูกกล่าวหาว่าหมิ่นประมาท นางอัญชะลี ไพรีรัก และนายกนก รัตน์วงศ์สกุล สองผู้ประกาศข่าวช่องท็อปนิวส์ จากกรณีปราศรัยวิพากษ์วิจารณ์บทบาทของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวการชุมนุม ซึ่งศาลไม่รับฟ้องคดีเนื่องจากเป็นไปตาม มาตรา 329 ที่ข้อความที่โจทก์นำมาฟ้องจำเลย ไม่มีลักษณะเป็นความผิดฐานหมิ่นประมาทบุคคลใด แต่จำเลยเพียงแสดงความคิดเห็นหรือข้อความโดยสุจริต เพื่อความชอบธรรม[369] อย่างไรก็ดี ในส่วนมาตรา 330 ที่มีเนื้อหาผู้ใดที่ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท พิสูจน์ได้ว่าข้อที่หาว่าเป็นหมิ่นประมาทนั้นเป็นความจริง ผู้นั้นไม่ต้องรับโทษ ซึ่งในการเคลื่อนไหวทางสังคมยังไม่พบคดีความในมาตรานี้ ทั้งนี้สามารถสรุปประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม ได้ดังนี้

---

[366] ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน. (2565, 14 สิงหาคม). ประมวลปากคำพยานคดี “พึ่งบุญ” ศิลปินช่างสัก ถูกฟ้องดูหมิ่นเจ้าพนักงาน คดีที่ 2 ระหว่างชุมนุมเชียงใหม่. https://tlhr2014.com/archives/47181

[367] ไทยโพสต์. (2565, 25 มิถุนายน). อัยการสั่งไม่ฟ้อง 'เพนกวิน' โพสต์หมิ่นศาล. https://www.thaipost.net/x-cite-news/168865/

[368] ไทยพีบีเอส. (2564, 1 พฤศจิกายน). ใครบ้างที่เคยถูก “ฟ้องปิดปาก”. https://news.thaipbs.or.th/content/309234 และ iLaw. สิรวิชญ์: ร่วมกันหมิ่นประมาทโดยการโฆษณา ชุมนุม #เห็นหัวกูบ้าง. https://freedom.ilaw.or.th/case/862

[369] ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน. (2565, 4 กุมภาพันธ์). เปิดคำร้องขอให้ศาลไม่รับฟ้องคดีหมิ่นประมาท “กนก-อัญชะลี” กรณี “รักชนก” กล่าวปราศรัยวิจารณ์สื่อฯ ใน #ม็อบ6มีนา64. https://tlhr2014.com/archives/40214

ภาพที่ 274 สรุปประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

ภาพที่ 275 สรุปประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

### 2) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่

#### 2.1) พระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ พ.ศ. 2558

พระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ พ.ศ. 2558 ประกาศใช้เพื่อให้การชุมนุมเป็นไปด้วยความสงบเรียบร้อย ไม่กระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของชาติ ความปลอดภัยสาธารณะ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีตลอดจนสุขอนามัยของประชาชนหรือความสะดวกของประชาชนที่จะใช้

สาธารณะ และไม่กระทบกระเทือนสิทธิ เสรีภาพ และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น ซึ่งกลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาพระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ พ.ศ. 2558 ดังนี้

กลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหากระทำความผิดพระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ พ.ศ. 2558 ยกตัวอย่างเช่น ในวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2561 แกนนำผู้ชุมนุมกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า “คนอยากเลือกตั้ง” ได้จัดชุมนุมเรียกร้องการเลือกตั้งที่สกายวอล์ก หน้าห้างสรรพสินค้า MBK Center โดยเชิญชวนประชาชนอยากเลือกตั้งแสดงพลังต้านสืบทอดอำนาจคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ซึ่งกลุ่มผู้ชุมนุมได้ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดพระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ มาตรา 7 ที่ห้ามชุมนุมใกล้พระบรมมหาราชวัง[370] หรือในวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 มีการจัดการชุมนุม #ม็อบ18พฤศจิกา บริเวณแยกราชประสงค์ โดยนายอานนท์ นำภา นายภาณุพงศ์ จาดนอก นายจตุภัทร์ บุญภัทรรักษาหรือไผ่ ดาวดิน และนายอรรถพล บัวพัฒน์ ได้พาผู้ชุมนุมเคลื่อนตัวจากสี่แยกราชประสงค์ไปบริเวณหน้าสำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยไม่ได้แจ้งการชุมนุมต่อเจ้าหน้าที่ ผู้ชุมนุมปิดกั้นเส้นทางจราจรโดยไม่ได้รับอนุญาต และขัดขวางประชาชนที่จะใช้พื้นที่สาธารณะ ส่งผลให้แกนนำได้ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดพระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ มาตรา 10 ที่ว่าผู้ใดประสงค์จะจัดการชุมนุมสาธารณะ ให้แจ้งการชุมนุมต่อผู้รับแจ้งก่อนเริ่มการชุมนุมไม่น้อยกว่ายี่สิบสี่ชั่วโมง[371]

**2.2) พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุมาตรา 32**

พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุประกาศใช้เพื่อคุ้มครองดูแลรักษา การบูรณะ การซ่อมแซมโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุมาตรา 32 ดังนี้

กลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหากระทำความผิดพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ยกตัวอย่างเช่น ในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2563 ในการชุมนุม 19 กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ได้ใช้พื้นที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ และท้องสนามหลวง ซึ่งแกนนำผู้ชุมนุมยังได้ปักหมุดคณะราษฎรบริเวณลานปูนที่ท้องสนามหลวง ส่งผลให้แกนนำผู้ชุมนุมถูกกล่าวหาในมาตรา 32 ข้อหาบุกรุกโบราณสถาน หรือทำให้เสียหาย[372]

---

370 บีบีซีนิวส์. (2563, 25 ธันวาคม). ศาลยกฟ้องกลุ่ม “คนอยากเลือกตั้ง” คดีชุมนุมที่ลานสกายวอล์ก. https://www.bbc.com/thai/thailand-55444859

371 ประชาไท. (2564, 10 มกราคม). เผย 'อานนท์-ไมค์' ถูกตั้ง 9 ข้อหา 'หัวหน้ามั่วสุมชุมนุมฯ' เหตุสาดสีหน้า สตช. https://prachatai.com/journal/2021/01/91140

372 ไทยรัฐ. (2563, 21 กันยายน). ยัน จนท.รื้อเอง หมุดคณะราษฎร กลางสนามหลวง ผิด พ.ร.บ.โบราณสถาน. https://www.thairath.co.th/news/crime/1933991

**2.3) ข้อบังคับหัวหน้าเจ้าพนักงานจราจรในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการจำกัดความเร็วและห้ามใช้เสียง บริเวณโดยรอบเขตพระราชฐาน**

ข้อบังคับหัวหน้าเจ้าพนักงานจราจรในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการจำกัดความเร็วและห้ามใช้เสียง บริเวณโดยรอบเขตพระราชฐาน ประกาศใช้เพื่อลดอุบัติเหตุทางถนนในบริเวณพื้นที่ที่เป็นแหล่งชุมชนและสถานที่ราชการที่สำคัญ ซึ่งยังไม่พบว่ากลุ่มผู้ชุมนุมถูกกล่าวหาในข้อบังคับหัวหน้าเจ้าพนักงานจราจรในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการจำกัดความเร็วและห้ามใช้เสียง บริเวณโดยรอบเขตพระราชฐาน ทั้งนี้จากการที่กลุ่มผู้ชุมนุมถูกดำเนินคดีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่สามารถสรุปได้ ดังนี้

ภาพที่ 276 สรุปกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่

**3) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน**

**3.1) พระราชบัญญัติกฎอัยการศึก พ.ศ. 2457**

พระราชบัญญัติกฎอัยการศึก พ.ศ. 2457 ประกาศใช้เพื่อรักษาความเรียบร้อยปราศจากภัยที่มาจากภายนอกและภายในราชอาณาจักร ซึ่งพระราชบัญญัติกฎอัยการศึก พ.ศ. 2457 ได้ประกาศใช้ ดังนี้

ในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 พล.อ.สนธิ บุญยรัตกลิน ประกาศใช้พระราชบัญญัติกฎอัยการศึก เพื่อรัฐประหารรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร โดยมีคณะผู้ก่อการใช้สัญลักษณ์ริบบิ้นสีเหลืองติดปลายปืนรถถัง เรียกชื่อว่า คณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (คปค.) ซึ่งคณะผู้ก่อการอ้างว่า รัฐบาลทักษิณมีพฤติกรรมเข้าข่ายหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ แทรกแซงองค์กรรัฐธรรมนูญ และสร้าง

ความแตกแยกในสังคม[373] หรือในวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก กระทำรัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาลรักษาการของนายนิวัฒน์ธำรง บุญทรงไพศาล (รัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร) จนทำให้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 สิ้นสุดลง และได้ประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พ.ศ. 2557 ขึ้นมาแทน ซึ่งพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก ประกาศใช้กฎอัยการศึกทั่วราชอาณาจักร ยกเลิกศูนย์อำนวยการรักษาความสงบเรียบร้อยที่รัฐบาลยิ่งลักษณ์ตั้งขึ้น และใช้วิธีการปิดควบคุมสื่อ ตรวจเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต จัดประชุมเพื่อหาทางออกวิกฤตการณ์การเมืองของประเทศ[374]

**3.2) พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558**

พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ประกาศใช้เพื่อจุดประสงค์ในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และการควบคุมโรคติดต่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและข้อกำหนดของกฎอนามัยระหว่างประเทศ ซึ่งกลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ดังนี้

การชุมนุมใหญ่ของกลุ่มเยาวชนปลดแอกที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 มีผู้เข้าร่วมหลายพันคน ส่งผลให้แกนนำ ผู้ชุมนุม ผู้ปราศรัยและศิลปิน ได้ถูกแจ้งข้อหากระทำความผิดตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ มาตรา 34 (6) ห้ามผู้ใดกระทำการหรือดำเนินการใด ๆ ที่ไม่ถูกสุขลักษณะ เป็นเหตุให้โรคระบาดแพร่ออกไป[375] หรือในวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มธรรมศาสตร์และการชุมนุม ได้จัดการชุมนุมขึ้นที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต โดยในวันนี้ผู้จัดการชุมนุมได้ตอกย้ำข้อเรียกร้อง 3 ข้อเดิมคือ ต้องมีการแก้ไขรัฐธรรมนูญ ยุบสภา และหยุดคุกคามประชาชน ซึ่งในช่วงท้ายของการชุมนุมได้มีการประกาศข้อเรียกร้อง 10 ข้อว่าด้วยการแก้ปัญหาเกี่ยวกับสถาบันกษัตริย์ และต่อมามีการพูดถึงเรื่องนี้ว่าเป็นการ “ขยับเพดาน” การพูดถึงสถาบันพระมหากษัตริย์ในไทย สถานีตำรวจคลองหลวงประเมินว่ามีผู้มาชุมนุมราว 2,500 คน แจ้งข้อหากระทำความผิดตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ มาตรา 34 (6) ห้ามผู้ใดกระทำการหรือดำเนินการใด ๆ ที่ไม่ถูกสุขลักษณะ เป็นเหตุให้โรคระบาดแพร่ออกไป[376]

**3.3) พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548**

พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ประกาศใช้เพื่อให้รัฐสามารถรักษาความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัย และการรักษาสิทธิและเสรีภาพของประชาชนทั้งปวงให้กลับสู่สภาพปกติได้โดยเร็ว จึงเป็นกรณีฉุกเฉินที่มีความจำเป็นรีบด่วนอันมิอาจจะหลีกเลี่ยงได้

---

[373] ข่าวสด. (2564, 21 กันยายน). รู้ไปโม้ด - รัฐประหาร19 ก.ย.49. https://www.khaosod.co.th/newspaper-column/general-knowledge/news_6631691

[374] The Standard. (2564, 22 พฤษภาคม). 22 พฤษภาคม 2557 – คสช. รัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาลยิ่งลักษณ์ ชินวัตร. https://thestandard.co/onthisday-22052557/

[375] บีบีซีนิวส์. (2563, 20 สิงหาคม). เยาวชนปลดแอก: ใครเป็นใครในแกนนำ-ผู้ชุมนุมที่ถูกดำเนินคดี. https://www.bbc.com/thai/thailand-53846800

[376] ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน. (2563, ตุลาคม). คดีการชุมนุมธรรมศาสตร์จะไม่ทน. https://tlhr2014.com/archives/events/คดีการชุมนุมธรรมศาสตร์จะไม่ทน.

เพื่อประโยชน์ในอันที่จะรักษาความปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ และป้องปัดภัยพิบัติสาธารณะ ซึ่งกลุ่มผู้ชุมนุมที่ถูกกล่าวหาพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ดังนี้

ในวันที่ 19-20 กันยายน พ.ศ. 2563 กลุ่มผู้ชุมนุมได้จัดการชุมนุมครั้งใหญ่ที่มีชื่อว่า “19 กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร” ซึ่งการชุมนุมในครั้งนี้ผู้ชุมนุมและแกนนำจำนวน 22 ราย ถูกล่าวหาว่ากระทำความผิดพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ในมาตรา 9(2) ห้ามมิให้มีชุมนุมหรือมั่วสุมกัน ณ ที่ใด ๆ หรือกระทำการใดอันเป็นการยุยงให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อย[377] หรือในวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 ม็อบ #ทะลุฟ้า นำโดย นายจตุภัทร์ บุญภัทรรักษา หรือไผ่ ดาวดิน ได้นำมวลชนจัดเตรียมเวทีทำกิจกรรม "ร่วมกันหล่อเทียน ทำบุญประเทศ ขับไล่เสนียดจัญไร ออกไป" ซึ่งการชุมนุมในครั้งนี้ฝ่าฝืนพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ในมาตรา 9 (2) ห้ามมิให้มีชุมนุมหรือมั่วสุมกัน ณ ที่ใด ๆ หรือกระทำการใดอันเป็นการยุยงให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อย[378]

**3.4) คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 13/2559**

คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 13/2559 ประกาศใช้เพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดบางประการที่เป็นภยันตรายต่อความสงบเรียบร้อยหรือบ่อนทำลายระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งกลุ่มผู้ที่ฝ่าฝืนคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 13/2559 ดังนี้

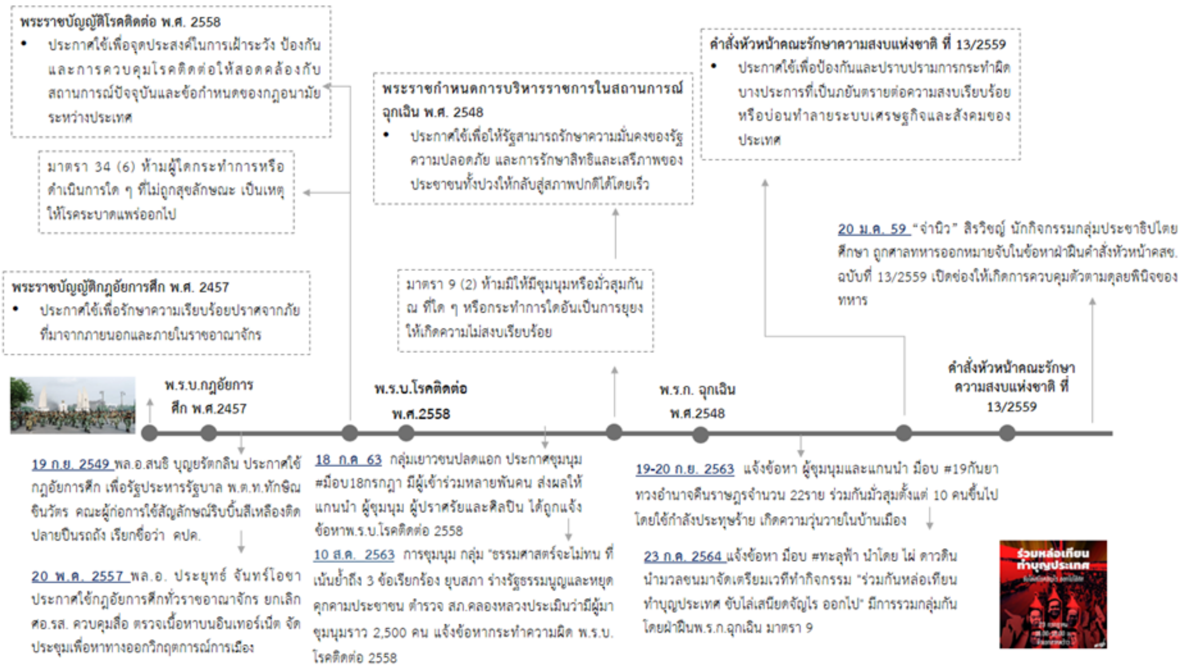
ในวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2559 สิรวิชญ์ เสรีธิวัฒน์ หรือ “จ่านิว” นักกิจกรรมกลุ่มประชาธิปไตยศึกษา ทำกิจกรรมทางการเมืองต่อต้านอำนาจการรัฐประหารของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ส่งผลให้ถูกศาลทหารออกหมายจับในข้อหาฝ่าฝืนคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติฉบับที่ 13/2559[379] ทั้งนี้จากการที่กลุ่มผู้ชุมนุมถูกดำเนินคดีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉินสามารถสรุป ได้ดังนี้

---

[377] บีบีซีนิวส์. (2563, 19 กันยายน). เกาะติดการชุมนุม "19 กันยา ทวงอำนาจคืนราษฎร". https://www.bbc.com/thai/live/thailand-54187738

[378] ข่าวสด. (2564, 23 กรกฎาคม). เปิดข้อกฎหมาย เตือน"ม็อบทะลุฟ้า" ผิด พรก.ฉุกเฉินฯ เสี่ยงติดโควิด-19. https://www.komchadluek.net/news/475658

[379] iLaw. (2559, 10 เมษายน). คำสั่งหัวหน้า คสช. ฉบับที่ 3/2558 กับ 13/2559: บทเรียนปัญหาอำนาจนอกระบบที่ตรวจสอบถ่วงดุลไม่ได้. https://ilaw.or.th/node/4085?msclkid=8e7514ead10211ec9238ecc6c2e18db7



ภาพที่ 277 ภาพสรุปกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

### 3.2.2.5 เรื่องกำหนดระดับเสียงของเครื่องขยายเสียงที่ใช้ในการชุมนุมสาธารณะ

ในการชุมนุมสาธารณะเพื่อไม่ให้เป็นอันตรายต่อสุขอนามัยของผู้ชุมนุมและไม่เป็นการรบกวนหรือก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้อื่นจึงได้มีการออกข้อกำหนดระดับเสียงของเครื่องขยายเสียงที่ใช้ในการชุมนุมสาธารณะ โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 15(7) แห่งพระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ พ.ศ. 2558 ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติจึงออกประกาศไว้ [380] ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในประกาศนี้

"ระดับเสียงทั่วไป" หมายความว่า ระดับเสียงที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องขยายเสียงในการชุมนุมสาธารณะ

"ค่าระดับเสียงสูงสุด” หมายความว่า ค่าระดับเสียงสูงสุดที่เกิดขึ้นในขณะหนึ่ง ระหว่างการตรวจวัดระดับเสียงของเครื่องขยายเสียงที่ใช้ในการชุมนุมสาธารณะ โดยมีหน่วยเป็นเดซิเบลเอ หรือ dB(A)

ข้อ 2 ห้ามมิให้ใช้เครื่องขยายเสียงเกินกำหนดระดับเสียงทั่วไปไว้ ดังต่อไปนี้

(1) ค่าระดับเสียงสูงสุด ไม่เกิน 115 เดซิเบลเอ

(2) ค่าระดับเสียงเฉลี่ย 24 ชั่วโมง ไม่เกิน 70 เดซิเบลเอ

ข้อ 3 ห้ามมิให้ใช้เครื่องขยายเสียงในการชุมนุมสาธารณะอันเป็นการรบกวนผู้อื่น โดยให้กำหนดระดับเสียงรบกวนเท่ากับ 10 เดซิเบลเอ

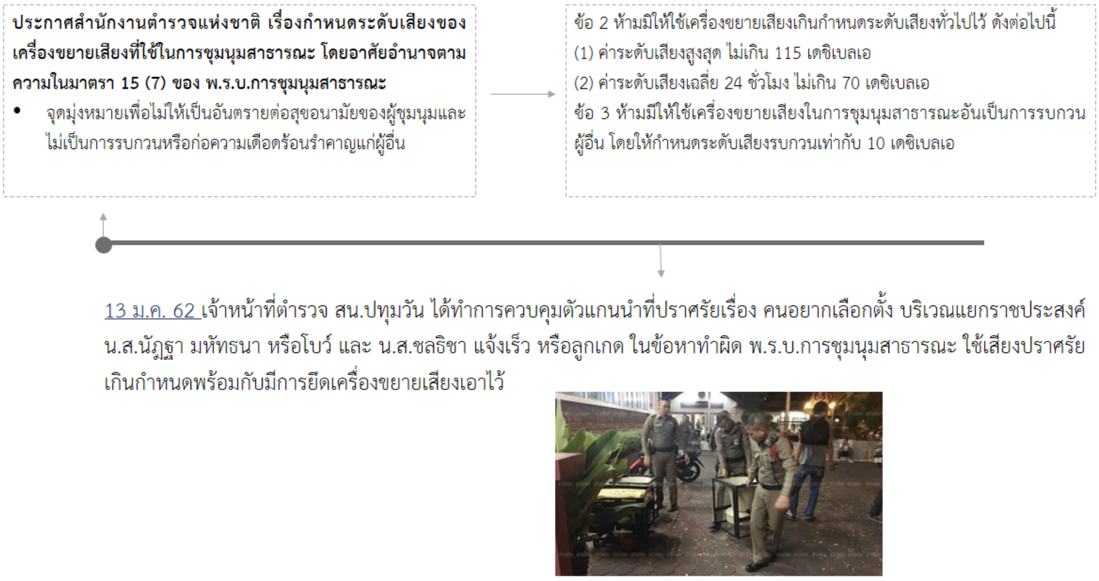
---

[380] ประกาศสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เรื่องกำหนดระดับเสียงของเครื่องขยายเสียงที่ใช้ในการชุมนุมสาธารณะ. (2558, 23 กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม132 ตอนพิเศษ 236ง. หน้า 24.

ข้อ 4 วิธีการตรวจวัดระดับเสียงสูงสุด ระดับเสียงเฉลี่ย และระดับเสียงรบกวนที่เกิดจากการใช้เครื่องขยายเสียงในการชุมนุมสาธารณะ ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ

ข้อ 5 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ประกาศสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เรื่องกำหนดระดับเสียงของเครื่องขยายเสียงที่ใช้ในการชุมนุมสาธารณะมีจุดมุ่งหมายเพื่อไม่ให้เป็นอันตรายต่อสุขอนามัยของผู้ชุมนุมและไม่เป็นการรบกวนหรือก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้อื่น ซึ่งการออกข้อกำหนดระดับเสียงของเครื่องขยายเสียงนี้ได้มีกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมได้ถูกกล่าวหาในข้อหาทำผิดพระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ ใช้เสียงปราศรัยเกินกำหนดอีกด้วย




ภาพที่ 278 ภาพสรุปประกาศสำนักงานตำรวจแห่งชาติ
เรื่องกำหนดระดับเสียงของเครื่องขยายเสียงที่ใช้ในการชุมนุมสาธารณะ

### 3.2.2.6 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

#### 1) กฎหมายเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์

ในยุคสมัยที่ระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทุกคน ส่งผลให้ผู้คนจำนวนมากติดต่อสื่อสารกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นระบบคอมพิวเตอร์จึงเป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำรงชีวิตของมนุษย์ หากมีผู้กระทำการแก้ไข หรือทำลายข้อมูลของบุคคลอื่นในระบบคอมพิวเตอร์ หรือเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ ส่งผลให้เกิดความเสียหาย กระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบและศีลธรรมอันดีของประชาชน ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลให้มีกฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมการกระทำผิดทางออนไลน์หรือความผิดทางคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 แต่อย่างไรก็ดี พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมมีหลายมาตรา ดังนี้

**กฎหมายเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 14**

มาตรา 14[381] ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(1) โดยทุจริต หรือโดยหลอกลวง นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือน หรือปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหาย แก่ประชาชน อันมิใช่การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา

(2) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

(3) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(4) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(5) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (1) (2) (3) หรือ (4)

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่ง (1) มิได้กระทำต่อประชาชน แต่เป็นการกระทำต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ผู้กระทำ ผู้เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้เป็นความผิดอันยอมความได้[382]

**กฎหมายเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 15**

มาตรา 15[383] ผู้ให้บริการผู้ใดให้ความร่วมมือ ยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา 14[384]

---

[381] พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. (2550, 18 มิถุนายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 27ก หน้า 7.

[382] พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560. (2560, 24 มกราคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 10ก หน้า 26-27.

[383] พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. (2550, 18 มิถุนายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 27ก หน้า 7.

[384] พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560. (2560, 24 มกราคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 10ก หน้า 26-27.

**กฎหมายเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 20**

มาตรา 20[385] ในกรณีที่มีการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ ดังต่อไปนี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ โดยได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีอาจยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีคำสั่งระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์ได้

(1) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(2) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร ตามที่กำหนดไว้ในภาค 2 ลักษณะ 1 หรือลักษณะ 1/1 แห่งประมวลกฎหมายอาญา

(3) ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดอาญาตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา หรือกฎหมายอื่นซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นมีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนและเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนั้นหรือพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาได้ร้องขอ

ในกรณีที่มีการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน รัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูลคอมพิวเตอร์ จะมอบหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่ยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีคำสั่งระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์ได้ ทั้งนี้ ให้นำบทบัญญัติว่าด้วยคณะกรรมการที่มีอำนาจดำเนินการพิจารณาทางปกครองตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองมาใช้บังคับกับการประชุมของคณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยอนุโลม

ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งคณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามวรรคสองขึ้นคณะหนึ่งหรือหลายคณะ แต่ละคณะให้มีกรรมการจำนวนเก้าคนซึ่งสามในเก้าคนต้องมาจากผู้แทนภาคเอกชนด้านสิทธิมนุษยชน ด้านสื่อสารมวลชน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง และให้กรรมการได้รับค่าตอบแทนตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนดโดยได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลัง

การดำเนินการของศาลตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้นำประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามาใช้บังคับโดยอนุโลม ในกรณีที่ศาลมีคำสั่งให้ระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ ตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง พนักงานเจ้าหน้าที่จะทำการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นเองหรือจะสั่งให้ผู้ให้บริการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นก็ได้ ทั้งนี้ ให้รัฐมนตรีประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ ระยะเวลา และวิธีการปฏิบัติสำหรับการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ของพนักงานเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันโดยคำนึงถึงพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เว้นแต่ศาลจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน พนักงานเจ้าหน้าที่จะยื่นคำร้องตามวรรคหนึ่งไปก่อนที่จะได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรี หรือพนักงานเจ้าหน้าที่โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

---

[385] พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. (2550, 18 มิถุนายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 27ก หน้า 10.

กลั่นกรองข้อมูลคอมพิวเตอร์จะยื่นคำร้องตามวรรคสองไปก่อนที่รัฐมนตรีจะมอบหมายก็ได้ แต่ทั้งนี้ต้องรายงานให้รัฐมนตรีทราบโดยเร็ว[386]

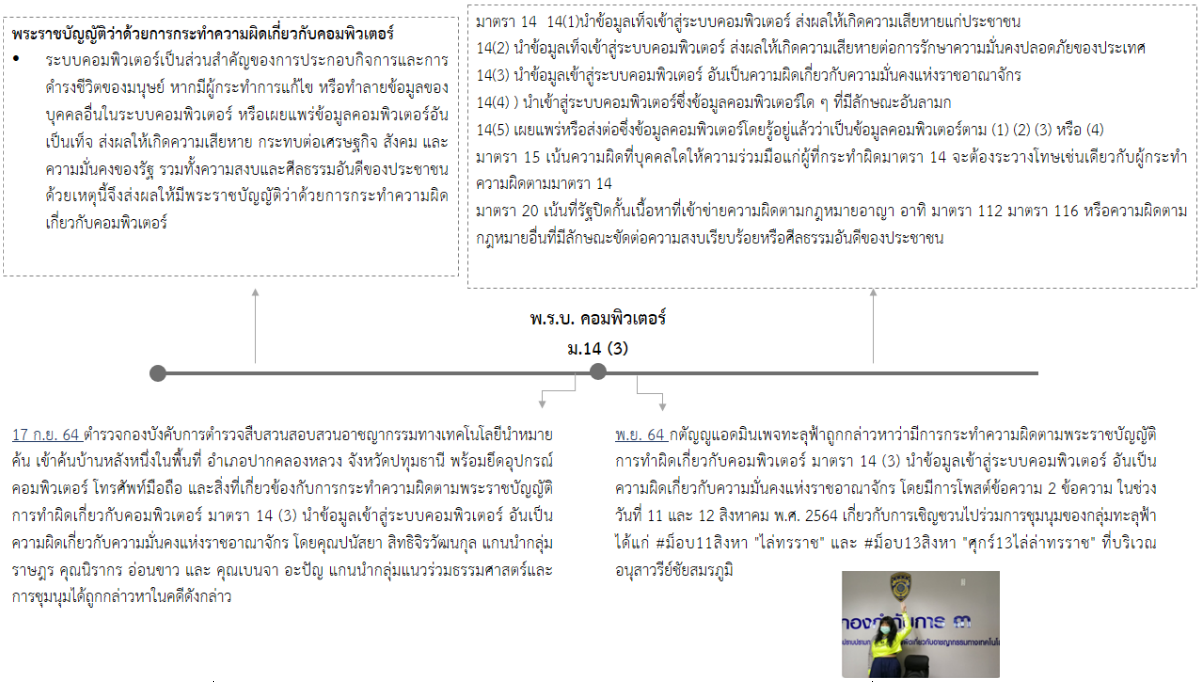
อย่างไรก็ดี กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ที่สื่อมวลชนหรือกลุ่มนักเคลื่อนไหวทางสังคมมักจะถูกดำเนินคดี คือ มาตรา 14 ที่ว่าด้วยเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาที่บิดเบือน หรือเป็นภัยต่อความมั่นคงของประเทศ ส่วนในมาตรา 20 จะเป็นการที่รัฐปิดกั้นเนื้อหาที่เข้าข่ายความผิดตามกฎหมายอาญา อาทิ มาตรา 112 มาตรา 116 ข้อมูลที่เป็นความความผิดตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา หรือความผิดตามกฎหมายอื่นที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ทั้งนี้คดีความที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ยกตัวอย่างเช่น ตำรวจกองบังคับการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยีนำหมายค้น เข้าค้นบ้านหลังหนึ่งในพื้นที่อำเภอปากคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พร้อมยึดอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือและสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติการทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 14 (3) นำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร โดยนางสาวปนัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล แกนนำกลุ่มราษฎร นายนิรากร อ่อนขาว และ นางสาวเบนจา อะปัญ แกนนำกลุ่มแนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุมได้ถูกกล่าวหาในคดีดังกล่าว[387] หรือในกรณีของ นางแน่งน้อย อัศวกิตติกร อดีตประธานศูนย์ช่วยเหลือด้านกฎหมายผู้ถูกล่วงละเมิดรังแกทางสังคมออนไลน์ (ศชอ.) เป็นผู้กล่าวหาว่าแอดมินเพจทะลุฟ้ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติการทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 14 (3) นำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร โดยมีการโพสต์ข้อความ 2 ข้อความ ในช่วงวันที่ 11 และ 12 สิงหาคม พ.ศ. 2564 เกี่ยวกับการเชิญชวนไปร่วมการชุมนุมของกลุ่มทะลุฟ้า คือ #ม็อบ11สิงหา “ไล่ทรราช” และ #ม็อบ13สิงหา “ศุกร์13ไล่ล่าทรราช” ที่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ[388] ทั้งนี้ สามารถสรุปพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้ ดังนี้

---

[386] พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560. (2560, 24 มกราคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134 ตอนที่ 10ก หน้า 31.

[387] คมชัดลึก. (2564, 17 กันยายน). "ปอท." บุกรวบ "แนวร่วมธรรมศาสตร์" ยกคอมพ์สอบ โยง ผิด ม.116 พ.ร.บ.คอมพ์. https://www.komchadluek.net/news/484146

[388] ประชาไท. (2022, 12 มกราคม). 'ป่าน ทะลุฟ้า' มอบตัวตามหมายจับ ม.116 ที่ 'แน่งน้อย' อดีต ศชอ. เป็นคนแจ้ง-ตร.ให้ประกัน ไร้เงื่อนไข. https://prachatai.com/journal/2022/01/96774




ภาพที่ 279 ภาพสรุปมาตราในพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์
ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

**2) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล**

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล คือ ความจำเป็นในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีประสิทธิภาพและเพื่อให้มีมาตรการเยียวยาเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลจากการถูกละเมิดสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคล[389] ซึ่งมาตรากฎหมายในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ทางสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติเล็งเห็นว่าเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนควรทราบในการทำข่าวภายใต้กฎหมายพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ดังนี้

**กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรา 4**

มาตรา 4[390] พระราชบัญญัตินี้ไม่ใช้บังคับแก่

(1) การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือเพื่อกิจกรรมในครอบครัวของบุคคลนั้นเท่านั้น

(2) การดำเนินการของหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ ซึ่งรวมถึงความมั่นคงทางการคลังของรัฐ หรือการรักษาความปลอดภัยของประชาชน รวมทั้งหน้าที่เกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน นิติวิทยาศาสตร์ หรือการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

---

[389] พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562. (2562, 27 พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 136 ตอนที่ 69ก หน้า 52.

[390] เรื่องเดียวกัน, หน้า 53-54

(3) บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่ทำการเก็บรวบรวมไว้เฉพาะเพื่อกิจการสื่อมวลชน งานศิลปกรรม หรืองานวรรณกรรมอันเป็นไปตามจริยธรรมแห่งการประกอบวิชาชีพหรือเป็นประโยชน์สาธารณะเท่านั้น

(4) สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา และรัฐสภา รวมถึงคณะกรรมาธิการที่แต่งตั้งโดยสภาดังกล่าว ซึ่งเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลในการพิจารณาตามหน้าที่และอำนาจของสภาผู้แทนราษฎรวุฒิสภา รัฐสภา หรือคณะกรรมาธิการ แล้วแต่กรณี

(5) การพิจารณาพิพากษาคดีของศาลและการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ในกระบวนการพิจารณาคดีการบังคับคดี และการวางทรัพย์ รวมทั้งการดำเนินงานตามกระบวนการยุติธรรมทางอาญา

(6) การดำเนินการกับข้อมูลของบริษัทข้อมูลเครดิตและสมาชิกตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต

การยกเว้นไม่ให้นำบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ทั้งหมดหรือแต่บางส่วนมาใช้บังคับแก่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลในลักษณะใด กิจการใด หรือหน่วยงานใดทำนองเดียวกับผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลตามวรรคหนึ่ง หรือเพื่อประโยชน์สาธารณะอื่นใด ให้ตราเป็นพระราชกฤษฎีกา

ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลตามวรรคหนึ่ง (2) (3) (4) (5) และ (6) และผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลของหน่วยงานที่ได้รับยกเว้นตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาตามวรรคสอง ต้องจัดให้มีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามมาตรฐานด้วย

**กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรา 79**

มาตรา 79[391] ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 27 วรรคหนึ่งหรือวรรคสอง หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 28 อันเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลตามมาตรา 26 โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นเกิดความเสียหาย เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 27 วรรคหนึ่งหรือวรรคสอง หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 28 อันเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลตามมาตรา 26 เพื่อแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบด้วยกฎหมายสำหรับตนเองหรือผู้อื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ความผิดตามมาตรานี้เป็นความผิดอันยอมความได้

---

[391] พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562. (2562, 27 พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 136 ตอนที่ 69ก หน้า 89-90

**กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรา 80**

มาตรา 80[392] ผู้ใดล่วงรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ถ้าผู้นั้นนำไปเปิดเผยแก่ผู้อื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ความในวรรคหนึ่ง มิให้นำมาใช้บังคับแก่การเปิดเผย ในกรณีดังต่อไปนี้

(1) การเปิดเผยตามหน้าที่

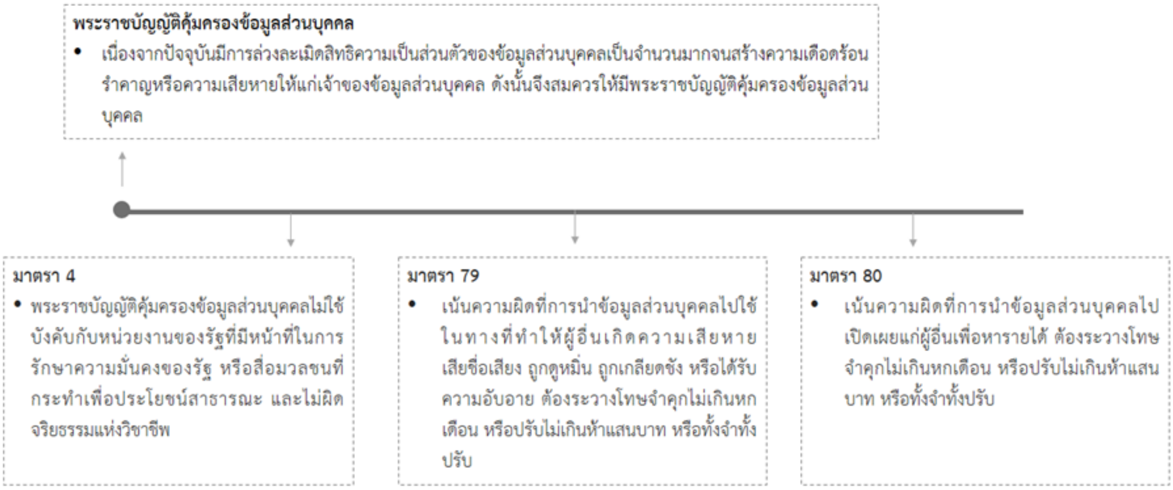
(2) การเปิดเผยเพื่อประโยชน์แก่การสอบสวน หรือการพิจารณาคดี

(3) การเปิดเผยแก่หน่วยงานของรัฐในประเทศหรือต่างประเทศที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย

(4) การเปิดเผยที่ได้รับความยินยอมเป็นหนังสือเฉพาะครั้งจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

(5) การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับการฟ้องร้องคดีต่าง ๆ ที่เปิดเผยต่อสาธารณะ

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ยกเว้นให้กิจการสื่อมวลชน หากสื่อมวลชนกระทำเพื่อประโยชน์สาธารณะ และไม่ผิดจริยธรรมแห่งวิชาชีพ แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าสื่อมวลชนไม่ได้กระทำการเพื่อสาธารณะประโยชน์แต่เพื่อหารายได้ ซึ่งถือเป็นการนำข้อมูลไปใช้ผิดประเภทจะต้องถูกดำเนินคดีตามโทษของกฎหมายอาญาที่พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในมาตราที่79 และมาตราที่ 80 กำหนดไว้[393] ทั้งนี้ ในส่วนของคดีความยังไม่พบว่าสื่อมวลชนได้มีการกระทำความผิดในพระราชบัญญัตินี้




ภาพที่ 280 ภาพสรุปมาตราในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

---

[392] พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562. (2562, 27 พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 136 ตอนที่ 69ก หน้า 89-90

[393] สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ. (2022, 6 มิถุนายน). ทำข่าวอย่างไร ภายใต้ PDPA. www.presscouncil.or.th/video/7691

**3) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550**

พระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 มีวัตถุประสงค์เพื่อวางหลักเกณฑ์ในการรับจดแจ้งการพิมพ์ เป็นหลักฐานให้ทราบว่าผู้ใดเป็นผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา บรรณาธิการ หรือเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ เพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบของประชาชนผู้ที่ได้รับความเสียหายในการฟ้องร้องดำเนินคดีในกรณีที่บุคคลดังกล่าวกระทำผิดกฎหมายอันเนื่องมาจากเป็นผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา บรรณาธิการ หรือเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ จึงได้มีการกำหนดคุณสมบัติ และข้อห้ามของการพิมพ์สิ่งพิมพ์ และหนังสือพิมพ์[394] ทั้งนี้ในด้านการนำเสนอเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมมีมาตราที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

**กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดแจ้งการพิมพ์ มาตรา 10**

มาตรา 10[395] ให้ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติมีอำนาจออกคำสั่งโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาห้ามสั่งเข้าหรือนำเข้าเพื่อเผยแพร่ในราชอาณาจักร ซึ่งสิ่งพิมพ์ใด ๆ ที่เป็นการหมิ่นประมาท ดูหมิ่นหรือแสดงอาฆาตมาดร้ายพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ หรือจะกระทบต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร หรือความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน โดยจะกำหนดเวลาห้ามไว้ในคำสั่งดังกล่าวด้วยก็ได้

การออกคำสั่งตามวรรคหนึ่ง ห้ามมิให้นำข้อความที่มีลักษณะที่เป็นการหมิ่นประมาท ดูหมิ่นหรือแสดงอาฆาตมาดร้ายพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาทหรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์หรือข้อความที่กระทบต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชนมาแสดงไว้ด้วย

สิ่งพิมพ์ที่เป็นการฝ่าฝืนวรรคหนึ่ง ให้ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติมีอำนาจริบและทำลาย

**กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดแจ้งการพิมพ์ มาตรา 27**

มาตรา 27[396] ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งของผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติตามมาตรา 10 มีความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

อย่างไรก็ดี พระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 เป็นพระราชบัญญัติที่ปรับปรุงมาจากพระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2484 ซึ่งพระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2484 มีการควบคุมเสรีภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากอาจเป็นเพราะบริบททางสังคมของไทยที่อยู่ในช่วงของสงครามโลกครั้งที่ 2 (พ.ศ. 2482-2488) ทั้งนี้ นายสราวุธ เบญจกุล รองเลขาธิการสำนักงานศาลยุติธรรมได้ให้มุมมองว่าพระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ได้ยกเลิกบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการลิดรอนสิทธิและเสรีภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ที่เคยมีอยู่ในกฎหมายฉบับเดิม พ.ศ. 2484 ออกไป ตัวอย่างเช่น

---

[394] สราวุธ เบญจกุล. (2551, 2 มกราคม). เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นกับความรับผิดของสื่อสิ่งพิมพ์. www.mgronline.com/daily/detail/9510000000170

[395] พระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550. (2550, 24 พฤศจิกายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 124 ตอนที่ 93ก.

[396] เรื่องเดียวกัน

มาตรา 34[397] เมื่อมีเหตุจำเป็นเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน อธิบดีกรมตำรวจหรือผู้รักษาการแทนมีอำนาจออกคำสั่งชั่วคราวเป็นหนังสือแก่บุคคลใด หรือมีคำสั่งทั่วไป โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาหรือหนังสือพิมพ์รายวัน ระบุห้ามการโฆษณาเรื่องใดที่เกี่ยวกับราชการทหารหรือการเมืองระหว่างประเทศ

มาตรา 35[398] ในคราวที่ประเทศมีเหตุฉุกเฉินหรือตกอยู่ในภาวะสงครามอธิบดีกรมตำรวจหรือผู้รักษาการแทนมีอำนาจสั่งเป็นหนังสือแก่บุคคลใดหรือประกาศโดยวิธีใดให้เสนอข้อความทั้งสิ้นที่จะโฆษณาในหนังสือพิมพ์ให้เจ้าหน้าที่ตรวจข่าวตรวจก่อน

มาตรา 36[399] เมื่อได้มีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ซึ่งเจ้าพนักงานการพิมพ์เห็นว่าอาจจะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือฝ่าฝืนคำสั่งห้ามตามความในมาตรา 34 เจ้าพนักงานการพิมพ์อาจดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) ให้คำตักเตือนเป็นหนังสือแก่ผู้โฆษณา บรรณาธิการ และหรือเจ้าของหนังสือพิมพ์ ในการให้คำตักเตือนนี้จะเรียกบุคคลที่กล่าวแล้วไปรับคำอธิบายและให้ลงลายมือชื่อรับทราบด้วยก็ได้

(2) สั่งเป็นหนังสือให้ผู้โฆษณา บรรณาธิการ และ หรือเจ้าของหนังสือพิมพ์เสนอเรื่องหรือข้อความที่จะโฆษณาในหนังสือพิมพ์ต่อไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจข่าวตรวจก่อน มีกำหนดเวลาไม่เกินสิบห้าวัน แต่ในการสั่งเช่นนี้จะทำได้ก็ต่อเมื่อได้ให้คำตักเตือนตาม (1) แล้ว และผู้ถูกตักเตือนไม่สังวรในคำตักเตือนนั้น

(3) ในคราวที่มีเหตุฉุกเฉินภายในราชอาณาจักร หรือมีเหตุคับขันระหว่างประเทศหรือมีการสงคราม จะสั่งเป็นหนังสือแก่บุคคลใดให้เสนอเรื่องหรือข้อความที่จะโฆษณาในหนังสือพิมพ์ต่อไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจข่าวตรวจก่อน หรือสั่งให้พักใช้ หรือถอนใบอนุญาตหรือสั่งงดการเป็นผู้โฆษณา บรรณาธิการ และ หรือ เจ้าของหนังสือพิมพ์ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของผู้นั้นทันทีโดยมีกำหนดเวลาหรือไม่ก็ได้และจะสั่งเปลี่ยนแปลงคำสั่งนั้นภายหลังก็ได้

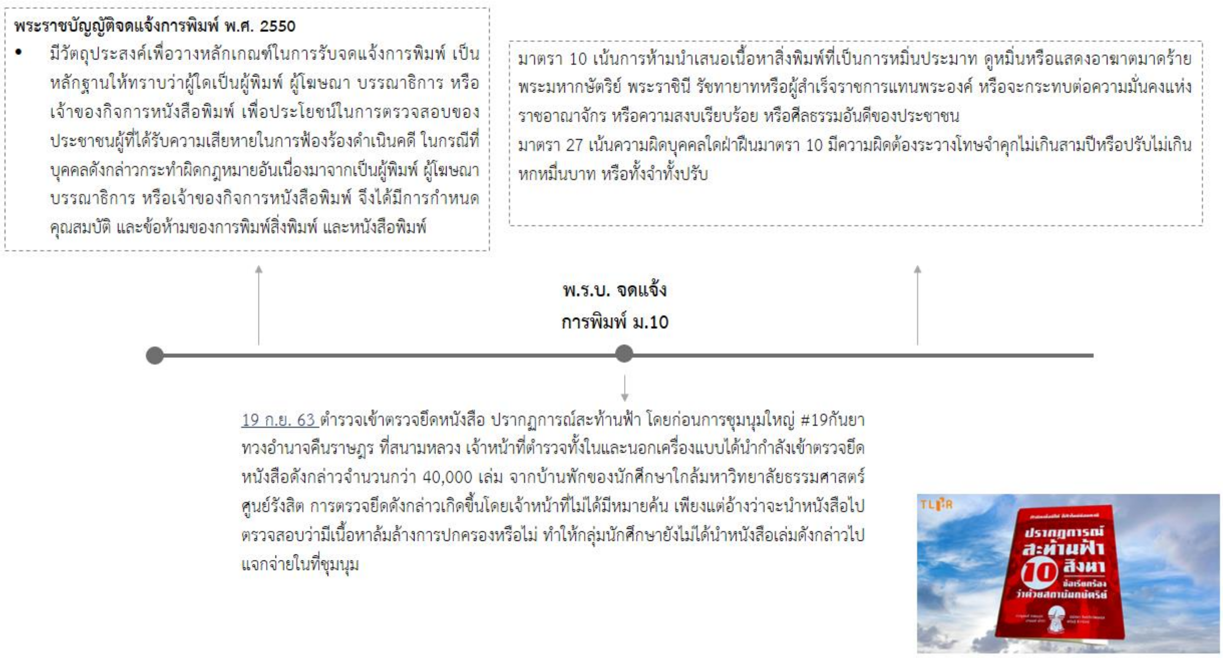
ดังนั้น การที่กฎหมายว่าด้วยการพิมพ์ได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้สื่อสิ่งพิมพ์มีเสรีภาพในการเสนอข้อมูล ข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์เพิ่มมากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์เองก็จำต้องคำนึงถึงการใช้สิทธิและเสรีภาพของตน ประกอบกับจรรยาบรรณของสื่อสิ่งพิมพ์ในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ที่จะไม่ให้กระทบถึงสิทธิและเสรีภาพของบุคคลอื่นเช่นกัน และในฐานะสื่อมวลชนก็ต้องกระทำการไม่ให้กระทบถึงประโยชน์ของประชาชนโดยรวม คือไม่กระทำการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของ

[397] พระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2484. (2484, 30 กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 58.

[398] เรื่องเดียวกัน

[399] เรื่องเดียวกัน

ประชาชน เพื่อที่จะได้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ และกฎหมายว่าด้วยการพิมพ์ที่ได้แก้ไขใหม่[400] แต่อย่างไรก็ตาม มีกรณีศึกษาที่อาจจะเป็นการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ในมาตรา 10 ที่เน้นการห้ามนำเสนอเนื้อหาสิ่งพิมพ์ที่เป็นการหมิ่นประมาท ดูหมิ่นหรือแสดงอาฆาตมาดร้ายพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาทหรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ หรือจะกระทบต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร หรือความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน กล่าวคือ ตำรวจได้เข้าตรวจยึดหนังสือ ปรากฏการณ์สะท้านฟ้า ในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 ซึ่งหนังสือปรากฏการณ์สะท้านฟ้า 10 สิงหา ข้อเรียกร้องว่าด้วยสถาบันกษัตริย์ เป็นหนังสือถอดเทปคำปราศรัยของแกนนำ 4 ราย คือ นายอานนท์ นำภา นายภาณุพงศ์ จาดนอก และนางสาวปนัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล ในการชุมนุม #ธรรมศาสตร์จะไม่ทน เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2563 ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต และคำปราศรัยของนายพริษฐ์ ชิวารักษ์ ในการชุมนุม ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยขอนแก่น เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2563 โดยในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2563 ก่อนการชุมนุมใหญ่ #19กันยาทวงอำนาจคืนราษฎร ที่สนามหลวง เจ้าหน้าที่ตำรวจทั้งในและนอกเครื่องแบบได้นำกำลังเข้าตรวจยึดหนังสือดังกล่าวจำนวนกว่า 40,000 เล่ม จากบ้านพักของนักศึกษาใกล้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต การตรวจยึดดังกล่าวเกิดขึ้นโดยเจ้าหน้าที่ไม่ได้มีหมายค้น เพียงแต่อ้างว่าจะนำหนังสือไปตรวจสอบว่ามีเนื้อหาล้มล้างการปกครองหรือไม่ ทำให้กลุ่มนักศึกษายังไม่ได้นำหนังสือเล่มดังกล่าวไปแจกจ่ายในที่ชุมนุม[401] ทั้งนี้ สามารถสรุปพระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ดังนี้




ภาพที่ 281 ภาพสรุปมาตราในพระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

---

400 สราวุธ เบญจกุล. (2551, 2 มกราคม). เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นกับความรับผิดของสื่อสิ่งพิมพ์. www.mgronline.com/daily/detail/9510000000170

401 ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน. (2564, 11 มกราคม). แจ้งข้อหา ม.112-พ.ร.บ.การพิมพ์ “ณัฐชนน” นศ.มธ. เหตุนั่งมากับรถขนหนังสือ “ปรากฏการณ์สะท้านฟ้า”. https://tlhr2014.com/archives/24934

**4) สิทธิเด็กและการคุ้มครองทางกฎหมาย**

ปัจจุบันการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทยพบว่า เด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ได้มีการเข้าร่วมหรือเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนการเคลื่อนไหวทางสังคม ดังนั้น เด็กและเยาวชนต้องได้รับสิทธิและการคุ้มครองตามกฎหมาย ดังนี้

**4.1) สิทธิเด็ก UNICEF**

UNICEF ได้กำหนดสาระสำคัญที่ผู้ใหญ่ควรทราบเกี่ยวข้องกับสิทธิเด็ก 4 ด้าน คือ สิทธิที่จะมีชีวิตรอด สิทธิที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง สิทธิในการพัฒนา และสิทธิในการมีส่วนร่วม ซึ่งสิทธิที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม คือ สิทธิในการมีส่วนร่วม โดยเด็กมีสิทธิที่จะมีส่วนร่วมอย่างเต็มตัว ทั้งการแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี หรือเข้ามามีบทบาทในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะกับเรื่องที่ส่งผลกระทบ หรือมีส่วนโดยตรงกับตัวเด็กและเยาวชนเอง โดยความคิดเห็นดังกล่าวของเด็กจะต้องได้รับการพิจารณาอย่างจริงจังตามสมควรแก่อายุและวุฒิภาวะของเด็กคนนั้น ทั้งนี้ เด็กและเยาวชนแทบทุกคนมีศักยภาพที่ไม่สามารถมองข้ามได้ ในขณะที่ภาครัฐมีหน้าที่ที่จะเอื้ออำนวยและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชนตั้งแต่ระดับชุมชนเป็นต้นไป นอกจากนี้ทุกภาคส่วนก็ควรจะมีบทบาทส่งเสริมสนับสนุนให้เด็กและเยาวชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วม ได้แสดงความคิดเห็น มีพื้นที่ในการใช้ศักยภาพของตนเอง ที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีสู่สังคม[402]

**4.2) พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546**

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มีจุดประสงค์เพื่อให้เด็กได้รับการอุปการะเลี้ยงดู อบรมสั่งสอน และมีพัฒนาการที่เหมาะสม อันเป็นการส่งเสริมความมั่นคงสถาบันครอบครัว รวมทั้งป้องกันไม่ให้เด็กถูกทารุณกรรม ตกเป็นเครื่องมือในการแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ หรือถูกเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ การเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทยมีกลุ่มคนที่เข้าร่วมหลากหลายช่วงอายุ ซึ่งรวมไปถึงกลุ่มเยาวชน ดังนั้น การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนต้องปฏิบัติตามหลักพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 เพื่อให้เกิดความถูกต้อง เหมาะสมในการนำเสนอข่าว ซึ่งมีมาตราที่กำหนดไว้ดังนี้

**พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาตรา 27**

มาตรา 27[403] ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือเผยแพร่ทางสื่อมวลชนหรือสื่อสารสนเทศประเภทใด ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับตัวเด็กหรือผู้ปกครอง โดยเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่จิตใจ ชื่อเสียง เกียรติคุณ หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดของเด็ก หรือเพื่อแสวงหาประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่นโดยมิชอบ

---

[402] UNICEF. อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กคืออะไร. https://www.unicef.org/thailand/th/what-is-crc

[403] พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546. (2546, 2 ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 120 ตอนที่ 95ก.

**พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาตรา 50**

มาตรา 50[404] ห้ามมิให้ผู้ปกครองสวัสดิภาพหรือผู้คุ้มครองสวัสดิภาพเด็กเปิดเผยชื่อตัว ชื่อสกุล ภาพหรือข้อมูลใด ๆ เกี่ยวกับตัวเด็ก ผู้ปกครอง ในลักษณะที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียง เกียรติคุณ หรือสิทธิประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งของเด็กหรือผู้ปกครอง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งให้ใช้บังคับแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ นักสังคมสงเคราะห์ นักจิตวิทยา และผู้มีหน้าที่คุ้มครองสวัสดิภาพเด็กตามมาตรา 24 ซึ่งได้ล่วงรู้ข้อมูลดังกล่าวเนื่องในการปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยโดยอนุโลม

ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือเผยแพร่ทางสื่อมวลชนหรือสื่อสารสนเทศประเภทใดซึ่งข้อมูลที่เปิดเผยโดยฝ่าฝืนบทบัญญัติในวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง

ทั้งนี้ แม้ว่าจะมีพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาตรา 27 และมาตรา 50 ที่เป็นแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน แต่อย่างไรก็ตาม สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติได้มีการออกแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอข่าว ความคิดเห็น และภาพเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2564 สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน[405] ดังนี้

1) การเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น เนื้อหาทั่วไป เกี่ยวกับเด็กและเยาวชนต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิมนุษยชนของเด็กและเยาวชน โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของเด็กและเยาวชนเป็นสำคัญ

2) การเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น เนื้อหาทั่วไป เกี่ยวกับเด็กและเยาวชน มีดังนี้

2.1) ต้องไม่เปิดเผยชื่อ ชื่อสกุล ภูมิลำเนาที่อยู่ของเด็กและเยาวชน รวมทั้งชื่อ ชื่อสกุล และภูมิลำเนาที่อยู่ของบิดา มารดา หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน รวมทั้งสิ่งที่ทำให้รู้หรือสามารถรู้ถึงตัวเด็กและเยาวชนได้ เช่น ข้อมูลสถานศึกษาหรือที่ทำงาน โดยเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่จิตใจ ชื่อเสียงเกียรติคุณ หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดของเด็กและเยาวชน หรือเพื่อแสวงหาประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่น โดยมิชอบ เว้นแต่การเผยแพร่ข้อมูลนั้นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ หรือเพื่อประโยชน์ต่อการติดตามตัวเด็กและเยาวชน ในกรณีที่เด็กและเยาวชนนั้นสูญหายไป และไม่ส่งผลกระทบในทางลบแก่เด็กและเยาวชน

2.2) ต้องไม่ล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัว หรือชีวิตครอบครัวของเด็กและเยาวชน แม้ว่าจะได้รับความยินยอมจากเด็ก เยาวชน หรือผู้ปกครองก็ตาม

2.3) ต้องไม่นำเสนอภาพลามก อนาจาร โป๊เปลือย อุจาด ของเด็กและเยาวชน

---

[404] พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546. (2546, 2 ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 120 ตอนที่ 95ก.

[405] สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ. (2564, 12 ตุลาคม). แนวปฏิบัติฯ การเสนอข่าว ความคิดเห็น และภาพเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2564. www.presscouncil.or.th/regulation/6492

2.4) พึงระมัดระวังการนำเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น และเนื้อหาทั่วไปที่อาจส่งผลกระทบทางลบต่อชีวิตของเด็กและเยาวชน ไม่ว่าการนำเสนอดังกล่าวจะมีเจตนาดีต่อเด็กและเยาวชน หรือไม่ก็ตาม

2.5) พึงระมัดระวังการถ่ายภาพ และนำเสนอภาพเด็กและเยาวชนในพื้นที่สาธารณะ ควรขออนุญาตผู้ที่อยู่ในภาพหรือผู้ปกครองทุกครั้ง รวมทั้งระมัดระวังการนำเสนอภาพประกอบข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น เนื้อหาทั่วไป ที่เป็นเชิงลบ โดยที่ผู้ปรากฏในภาพนั้นไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือหากต้องนำเสนอภาพควรใส่ข้อความหรือคำชี้แจงให้เห็นว่า บุคคลในภาพไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าว

2.6) พึงระมัดระวังการนำเสนอ ผลิต หรือเผยแพร่ซ้ำ ซึ่งภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวของเด็กและเยาวชนในลักษณะขบขัน ทำให้เป็นตัวตลก น่าสงสาร สมเพช ที่มีการส่งต่อกันทางสื่อดิจิทัล

2.7) พึงระมัดระวังการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น เนื้อหาทั่วไปที่เกี่ยวกับกิจกรรมการกุศล หรือสาธารณประโยชน์ ที่เป็นการเปิดเผยอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชนในสถานพินิจ หรือสถานสงเคราะห์

2.8) พึงระมัดระวังการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น เนื้อหาทั่วไปของเด็กและเยาวชน ที่อยู่ในภาวะยากลำบาก ภัยพิบัติ วินาศกรรม ความรุนแรง ภัยสงคราม-ก่อการร้าย หรือพื้นที่ค่ายอพยพลี้ภัย ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชนคนใดคนหนึ่งอย่างชัดเจน

3) ข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น เนื้อหาทั่วไป ตามแนวปฏิบัติฉบับนี้ หมายถึง ข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น เนื้อหาทั่วไป ตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. 2564

4) เพื่อไม่ให้ผู้เสียหายจากการนำเสนอของสื่อในช่องทางออนไลน์ได้รับผลกระทบอย่างถาวร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นผู้เผยแพร่ข่าว เนื้อหาข่าว ความคิดเห็น เนื้อหาทั่วไป ที่สร้างผลกระทบทางลบแก่เด็กและเยาวชน ต้องรับผิดชอบด้วยการนำออกจากช่องทางออนไลน์ หรือชี้แจงเพื่อเยียวยาผู้เสียหาย แล้วแต่วิธีการใดที่เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เสียหายที่เป็นเด็กและเยาวชนผู้นั้น

นอกจากนี้ในต่างประเทศ อาทิ องค์กรสื่อมวลชนของประเทศอังกฤษได้มีแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน กล่าวคือ สื่อมวลชนที่จะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายภาพหรือการสัมภาษณ์เด็กและเยาวชนจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครอง รวมทั้งโซเชียลมีเดียส่วนตัวของเด็กและเยาวชนที่ลงรูปภาพ คลิปวิดีโอ และแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชนไม่สามารถนำเสนอชื่อบัญชีส่วนตัวของเด็กและเยาวชนได้ เว้นแต่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องแล้ว เพื่อไม่ให้เป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของเด็ก[406] ทั้งนี้ จากแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอข่าวเด็กและเยาวชนของประเทศไทยและอังกฤษข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามีลักษณะที่ให้ความสำคัญกับสิทธิส่วนบุคคลและประโยชน์สูงสุดของเด็กและเยาวชนเป็นสำคัญ

---

[406] ipso. Journalism: Children’s rights. www.ipso.co.uk/media/1603/children-pub-info-v3.pdf

**4.3) พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553**

พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 มีจุดประสงค์เพื่อให้ความคุ้มครองสิทธิ สวัสดิภาพ และปฏิบัติต่อเด็ก เยาวชน สตรี และบุคคลในครอบครัว รวมทั้งในส่วนของกระบวนการพิจารณาคดีของศาลเยาวชนและครอบครัวเพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ ทั้งนี้ การเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทยมีหลายคนที่เข้าร่วมการชุมนุมและถูกดำเนินคดี ซึ่งรวมไปถึงกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมการชุมนุมและถูกดำเนินคดีตามกฎหมายในหลายมาตราด้วยเช่นกัน ซึ่งสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวคดีของเยาวชนจำเป็นจะต้องพิจารณาพระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 ในมาตรา ดังนี้

**พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 มาตรา 130**

มาตรา 130[407] ห้ามมิให้ผู้ใดบันทึกภาพ แพร่ภาพ พิมพ์รูป หรือบันทึกเสียง แพร่เสียงของเด็กหรือเยาวชนซึ่งต้องหาว่ากระทำความผิดหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือโฆษณาข้อความซึ่งปรากฏในทางสอบสวนของพนักงานสอบสวน พนักงานอัยการ หรือในทางพิจารณาคดีของศาลที่อาจทำให้บุคคลอื่นรู้จักตัว ชื่อตัว หรือ ชื่อสกุลของเด็กหรือเยาวชนนั้น หรือโฆษณาข้อความเปิดเผยประวัติการกระทำความผิด หรือสถานที่อยู่ สถานที่ทำงาน หรือสถานศึกษาของเด็กหรือเยาวชนนั้น

ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับแก่การกระทำเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาโดยได้รับอนุญาตจากศาลหรือการกระทำที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ของทางราชการ

**พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 มาตรา 136**

มาตรา 136[408] ในการโฆษณาไม่ว่าด้วยวาจาหรือเป็นหนังสือซึ่งคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลที่มีอำนาจพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว ห้ามมิให้ระบุชื่อ หรือแสดงข้อความ หรือกระทำการด้วยประการใด ๆ อันจะทำให้รู้จักตัวเด็กหรือเยาวชนซึ่งเป็นจำเลย เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากศาล

ทั้งนี้จากมาตรา 130 และมาตรา 136 ตามพระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 ข้างต้นจะเห็นได้ว่าเป็นแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน ในกรณีที่เด็กและเยาวชนถูกดำเนินคดี ซึ่งสื่อมวลชนจะต้องไม่เปิดเผยชื่อ ชื่อสกุล ของเด็กและเยาวชน หรือข้อความที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาคดีที่เป็นผลให้รู้หรือสามารถรู้ถึงตัวเด็กและเยาวชนได้ นอกจากนี้ ในต่างประเทศ อาทิ องค์กรสื่อมวลชนของประเทศอังกฤษได้มีแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนที่ต้องขึ้นศาลหรือถูกดำเนินคดี กล่าวคือ สื่อมวลชนควรที่จะ

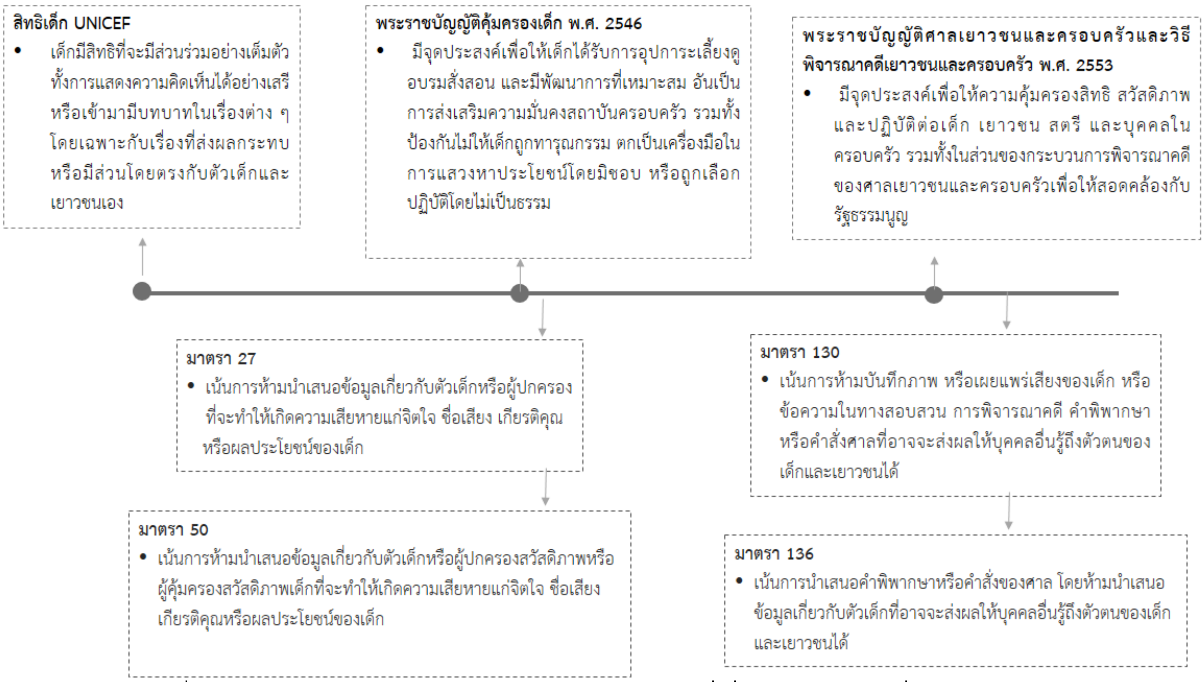
---

[407] พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553. (2553, 22 พฤศจิกายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 127 ตอนที่ 72ก.

[408] เรื่องเดียวกัน.

ไม่เปิดเผยชื่อ ตัวตนของเด็กและเยาวชน ไม่ว่าเด็กและเยาวชนจะอยู่ในฐานะพยาน ผู้เสียหาย หรือผู้กระทำความผิด รวมทั้งไม่นำเสนอข่าวที่เป็นข้อความในทางสอบสวน การพิจารณาคดี คำพิพากษา หรือคำสั่งศาลที่อาจจะส่งผลให้บุคคลอื่นรู้ถึงตัวตนของเด็กและเยาวชนได้[409] ทั้งนี้จากแนวทางปฏิบัติในการนำเสนอข่าวเด็กและเยาวชนที่ถูกดำเนินคดีข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากฎหมายและองค์กรสื่อมวลชนยังคงให้ความสำคัญต่อประโยชน์สูงสุดของเด็กและเยาวชนเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ สรุปได้ว่า ปัจจุบันการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทย พบว่าเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ได้มีการเข้าร่วมหรือเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งเป็นไปตามสิทธิของเด็กตามหลักสิทธิในการมีส่วนร่วมของ UNICEF แต่ในขณะเดียวกันเด็กและเยาวชนต้องได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย โดยในแง่มุมของการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนต้องปฏิบัติตามหลักพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 และพระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 ซึ่งจากกฎหมายดังกล่าวข้างต้นยังไม่พบสื่อมวลชนถูกดำเนินคดีตามกฎหมายดังกล่าว และสามารถสรุปสิทธิเด็กและการคุ้มครองทางกฎหมายได้ ดังนี้




ภาพที่ 282 ภาพสรุปสิทธิเด็กและการคุ้มครองทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม

[409] ipso. Journalism: Children's rights. www.ipso.co.uk/media/1603/children-pub-info-v3.pdf

**3.2.2.7 กรณีศึกษาสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ถูกตามหลักจรรยาบรรณและไม่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ**

การเคลื่อนไหวทางสังคมเกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งกลุ่มคนที่ทำการเคลื่อนไหวทางสังคมมีวัตถุประสงค์เดียวกัน กล่าวคือ รวมตัวเพื่อเรียกร้องไปยังรัฐบาล หน่วยงาน หรือสังคม ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคมต้องการ ซึ่งข้อเรียกร้องมีหลากหลาย อาทิ ข้อเรียกร้องทางการเมือง ความยุติธรรม ความเท่าเทียม สิทธิเสรีภาพ ทั้งนี้การเคลื่อนไหวทางสังคมจะประสบความสำเร็จได้จำเป็นจะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างที่ไม่ใช่เพียงแค่จำนวนของผู้เข้าร่วมขบวนการเท่านั้น แต่รวมไปถึง สื่อที่ช่วยให้การเคลื่อนไหวทางสังคมประสบความสำเร็จ เพราะสื่อช่วยกระจายข่าวสารจากผู้นำการเคลื่อนไหวไปสู่กลุ่มเป้าหมายและยังช่วยให้ผู้ที่มีความเชื่อ อุดมการณ์ และจุดยืนในเรื่องเดียวกันเข้ามามีส่วนร่วมในการเคลื่อนไหวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการนำเสนข่าวของสื่อมวลชนจำเป็นจะต้องเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ[410] ซึ่งจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคม คือ สื่อมวลชนจะต้องนำเสนอข่าวโดยคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนของบุคคลที่ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้ความคุ้มครองต่อเด็ก เยาวชน กลุ่มเปราะบาง และผู้มีความหลากหลายด้านอัตลักษณ์ในสังคม สื่อมวลชนต้องตรวจสอบและไม่แต่งเติมเนื้อหาสาระของข่าวจนคลาดเคลื่อน หรือเกินจากข้อเท็จจริง สื่อมวลชนต้องไม่เสนอเนื้อหาข่าวอุจาด ลามกอนาจาร หรือน่าหวาดเสียว โดยไม่คำนึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถี่ถ้วน สื่อมวลชนพึงระมัดระวังการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว หรือแสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง หรือมีความรุนแรง อันจะทำให้ผู้ตกเป็นข่าวเกิดผลกระทบ ไม่สามารถใช้ชีวิตเป็นปกติสุขในชุมชนที่อาศัยอยู่เดิม[411]

นอกจากนี้ทางกฎหมายในฐานะสื่อมวลชนควรจะต้องศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งในแง่มุมของการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีเยาวชนเข้าร่วม สื่อมวลชนต้องคำนึงถึงพระราชบัญญัติว่าการคุ้มครองเด็กและเยาวชน และพระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว รวมทั้งในแง่ประมวลกฎหมายอาญาต้องคำนึงถึงการนำเสนอข่าวที่ไม่เป็นการหมิ่นประมาท ละเมิดต่อชื่อเสียง เกียรติยศของบุคคลอื่นอีกด้วย[412] อย่างไรก็ดี สื่อมวลชนที่มีการนำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ถูกตามหลักจรรยาบรรณและไม่ถูกตามหลักจรรยาบรรณดังปรากฏในตารางภาพข้างล่างนี้

---

410 สุธิดา พัฒนศรีวิเชียร. (2562). พลังของสื่อสังคมกับการขับเคลื่อนขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 27(53).

411 สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ. (2564). ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. 2564. https://www.presscouncil.or.th/rule/6126

412 จรรยาบรรณสื่อสารมวลชนสากล. http://www.thaiall.com/ethics/ethics_reporter.htm

ตารางที่ 33 แสดงการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ

| **เนื้อหาข่าว** | **สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ** |
|---|---|
| 1. กลุ่มนักเรียนเลว ได้จัดกิจกรรมแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ สวมโซ่ตรวนที่สลักข้อความว่า “อำนาจนิยม” ไว้ที่ข้อมือ ข้อเท้า คอ แล้วเดินต่อแถวเรียงกันไปหน้ากระทรวงศึกษาธิการ โดยต้องการสื่อให้เห็นถึงอำนาจนิยมในสถานศึกษาที่กดทับเด็กไทยในปัจจุบัน | กลุ่มนักเรียนเลว ส่วนใหญ่เป็นเยาวชน ดังนั้นสื่อมวลชนจึงทำการปิดบังใบหน้าของผู้ร่วมกิจกรรม เพราะเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชนและพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็กและเยาวชนที่จะไม่ทำให้เกิดความเสียหายแก่จิตใจ ชื่อเสียง เกียรติคุณ หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดของเด็ก |
| **เนื้อหาข่าว** | **สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ** |
| 2.วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 นายมิน (นามสมมติ) อายุ 17 ปี แกนนำกลุ่มนักเรียนเลว นางสาวพลอย (นามสมมติ) อายุ 16 ปี กลุ่มนักเรียนเลว และนายภูมิ (นามสมมติ) อายุ 16 ปี สมาชิกกลุ่มนักเรียนไท พร้อมนางสาวคุ้มเกล้า ส่งสมบูรณ์ ทนายความจากศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน เข้าพบเจ้าหน้าที่ตำรวจตามหมายเรียกฐานฝ่าฝืน พ.ร.ก.ฉุกเฉิน จากการขึ้นปราศรัยการชุมนุมเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2563 บริเวณแยกราชประสงค์ | สื่อมวลชนได้ทำการปิดบังใบหน้าของกลุ่มเยาวชนที่ถูกกล่าวหา ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามหลักของจรรยาบรรณวิชาชีพ ในด้านสิทธิมนุษยชน และคำนึงถึงผลประโยชน์ของเด็กและเยาวชนเป็นสำคัญเพราะการเปิดเผยใบหน้าของเยาวชนอาจจะส่งผลกระทบทางลบต่อชีวิตของเด็กและเยาวชน ไม่ว่าการนำเสนอดังกล่าวจะมีเจตนาดีต่อเด็กและเยาวชน หรือไม่ก็ตาม |

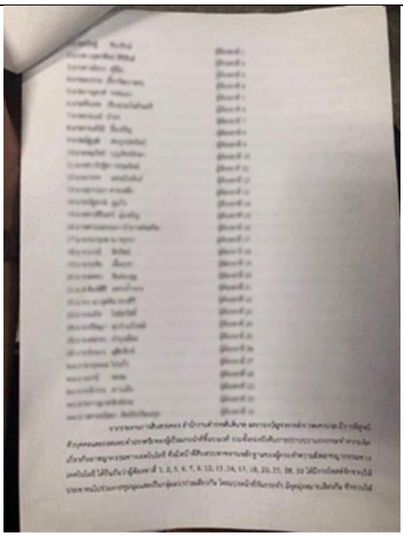
| เนื้อหาข่าว | สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ |
|---|---|
| 3. วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2563 กลุ่มนักเรียนเลวได้จัดการชุมนุมขึ้นที่บริเวณด้านหน้าของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อชุมนุมเรียกร้องให้ยกเลิกการบังคับสวมใส่ชุดนักเรียน | สื่อมวลชนได้ทำการปิดบังใบหน้าของกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมการชุมนุมของกลุ่มนักเรียนเลว ซึ่งเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชนของบุคคลที่ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สมควรต้องให้ความคุ้มครองต่อเด็กและเยาวชน<br> <br> |

| เนื้อหาข่าว | สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ |
|---|---|
| 4. ในวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2564 นายบารมี แสงน้อย หนึ่งในกลุ่มผู้ชุมนุมได้ถูกจับกุมและควบคุมตัวอยู่ที่กองบัญชาการตำรวจปราบปรามยาเสพติด นายบารมีได้รับบาดเจ็บมีบาดแผลหลายแห่ง ทั้งแผลถลอกที่ต้นคอด้านหลัง แขนซ้าย-ขวา เท้าทั้งสองข้าง ใบหน้าซีกขวามีรอยช้ำขนาดใหญ่สีม่วง จากการสอบถามนายบารมีระบุว่า ถูกเจ้าหน้าที่ควบคุมฝูงชนรุมทำร้ายขณะจับกุม | สื่อมวลชนได้มีการปิดบังใบหน้าของนายบารมีที่ถูกจับกุม ซึ่งเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน และข้อควรพึงระมัดระวังในการนำเสนอข่าว ต่อสถานการณ์ที่มีการเกิดความขัดแย้ง หรือมีความรุนแรง อันจะทำให้ผู้ตกเป็นข่าวเกิดผลกระทบ ไม่สามารถใช้ชีวิตเป็นปกติสุขในชุมชนที่อาศัยอยู่เดิม<br> |

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ไม่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ

| **เนื้อหาข่าว** | **สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ไม่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ** |
|---|---|
| 1. ผู้สื่อข่าวสัมภาษณ์ สายน้ำ เยาวชนชายวัย 16 ปี ผู้เข้าร่วมชุมนุมในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ซึ่งสายน้ำถูกเจ้าหน้าที่ตำรวจจับที่บริเวณหน้าปั๊มเชลล์ สาขา สุรศักดิ์มนตรี ตรงข้ามกรมทหารราบที่ 1 มหาดเล็กราชวัลลภรักษาพระองค์ | สื่อมวลชนได้นำภาพของเยาวชนถูกจับมานำเสนอข่าวโดยไม่มีการปิดบังใบหน้า ซึ่งเป็นการผิดหลักจรรยาบรรณในแง่มุมด้านหลักสิทธิมนุษยชนของบุคคลที่ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้ความคุ้มครองต่อเด็ก และเยาวชน * * ทำการปรับภาพจากต้นฉบับสำหรับใช้ประกอบการอบรม |
| 2. วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2564 ที่สำนักงานอัยการสูงสุด พนักงานอัยการพิเศษฝ่ายคดีเยาวชนและครอบครัว นัดให้ มิน-ลภนพัฒน์ หวังไพสิฐ, พลอย-เบญจมาภรณ์ นิวาส กลุ่มนักเรียนเลว และภูมิ-คณพศ แย้มสงวนศักดิ์ กลุ่มนักเรียนไท เดินทางมาฟังคำสั่งอัยการว่าจะฟ้องคดีต่อศาลเยาวชนและครอบครัวกลางหรือไม่ เนื่องจากทั้งสามถูกกล่าวหาว่าฝ่าฝืนข้อกำหนดตามมาตรา 9 ประกอบมาตรา 11 ของ พ.ร.ก. ฉุกเฉินฯ จากกรณีการเข้าร่วมการชุมนุมที่แยกราชประสงค์ เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2563 | สื่อมวลชนได้นำภาพของเยาวชนมานำเสนอข่าวโดยไม่มีการปิดบังใบหน้า ซึ่งเป็นการผิดหลักจรรยาบรรณในแง่มุมของการนำเสนอข่าวที่อาจส่งผลกระทบทางลบต่อชีวิตของเด็กและเยาวชน ไม่ว่าการนำเสนอดังกล่าวจะมีเจตนาดีต่อเด็กและเยาวชน หรือไม่ก็ตาม* * ทำการปรับภาพจากต้นฉบับสำหรับใช้ประกอบการอบรม |

| **เนื้อหาข่าว** | **สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ไม่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ** |
|---|---|
| 3. จ่าสิบเอกวุฒิชัยเข้าไปหาข้อมูลในกลุ่มผู้ชุมนุมบริเวณใต้ทางด่วนแยกดินแดง จากนั้นเกิดชุลมุนเนื่องจากกลุ่มผู้ชุมนุมเข้ามาทำร้ายจ่าสิบเอกวุฒิชัย | สื่อมวลชนนำเสนอภาพเหตุการณ์ความรุนแรงของกลุ่มผู้ชุมนุมเข้ามาทำร้ายจ่าสิบเอกวุฒิชัย ซึ่งการนำเสนอข่าวในลักษณะภาพความรุนแรงสื่อมวลชนควรที่จะทำการเบลอภาพ เพราะสื่อมวลชนควรพึงระมัดระวังการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว หรือแสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง หรือมีความรุนแรง อันจะทำให้ผู้ตกเป็นข่าวเกิดผลกระทบไม่สามารถใช้ชีวิตเป็นปกติสุขในชุมชนที่อาศัยอยู่เดิม<br>* ทำการปรับภาพจากต้นฉบับสำหรับใช้ประกอบการอบรม<br> <br> |
| 4. สื่อมวลชนรายงานข่าวว่า เฟซบุ๊ก เยาวชนปลดแอก หรือ Free YOUTH ได้เผยแพร่เอกสารพร้อมข้อความระบุถึงรายชื่อผู้อาจถูกออกหมายจับ ซึ่งกว่าครึ่งเป็นเยาวชน พร้อมทั้งนำเสนอข่าวถึงการตั้งคำถามของกลุ่มเยาวชนปลดแอก ความว่า นี่หรือคือประเทศประชาธิปไตย นี่หรือคือแสงสว่างที่คุณมอบให้กับเยาวชนและประชาชน | สื่อมวลชนนำรายชื่อผู้ที่อาจถูกออกหมายจับมานำเสนอข่าวโดยไม่มีการปิดบังรายชื่อ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายชื่อของเยาวชน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนนำเสนอข่าวผิดหลักจรรยาบรรณ โดยสื่อมวลชนควรนำเสนอข่าวโดยต้องคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนของบุคคลที่ตกเป็นข่าว |

| เนื้อหาข่าว | สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ไม่ถูกตามหลักจรรยาบรรณ |
| --- | --- |
| | <br>* ทำการปรับภาพจากต้นฉบับสำหรับใช้ประกอบการอบรม |

จากผลการออกแบบและจัดทำ (ร่าง) เนื้อหาหลักสูตรโครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” นำมาสู่การจัดอบรมนำร่องหลักสูตรด้าน “สื่อสังคม ยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” เพื่อทดลองใช้หลักสูตรที่มีวัตถุประสงค์ให้บุคลากรสื่อได้รับความรู้ความเข้าใจในประเด็น “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” และตระหนักถึงผลกระทบของการเลือกเนื้อหาข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมก่อนนำไปเผยแพร่สู่ประชาชน จำนวน 2 วัน ผู้เข้าร่วมจำนวน 155 คน การจัดอบรมนำร่องหลักสูตร สื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง รุ่นที่ 1 จัดขึ้นในวันพุธที่ 28 กันยายน พ.ศ 2565 เวลา 08.30- 16.00 น. และ รุ่นที่ 2 วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ.2565 เวลา 08.30- 16.00 น. ดังแสดงรายละเอียดกำหนดการอบรมนำร่องหลักสูตร และผู้เข้าร่วมอบรม ดังนี้

**1. ขอบเขตการจัดอบรมนำร่องหลักสูตรด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”**

กำหนดการอบรมนำร่องหลักสูตร สื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในงานสื่อสารมวลชนต่อการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมก่อนนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชน จัดขึ้นในจำนวน 2 วัน ดังแสดงแผ่นภาพประชาสัมพันธ์และกำหนดการจัดอบรมดังนี้

ภาพที่ 283 แผ่นภาพประชาสัมพันธ์โครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อ
ด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” (Poster)

**กำหนดการอบรมนำร่องหลักสูตร**

**หลักสูตรด้าน“สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”**

รุ่นที่ 1 วันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

รุ่นที่ 2 วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

08.30 - 09.00 น. ลงทะเบียน ผู้เข้าร่วมการอบรมนำร่องฯ

09.00 - 09.15 น. ผู้บริหารจากสำนักงาน กสทช. กล่าวเปิดการประชุม
ถ่ายภาพร่วมกัน

09.15 - 09.30 น. ที่ปรึกษาโครงการฯ ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการอบรมนำร่องหลักสูตรฯ

09.30 - 10.45 น. อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ ช่วงที่ 1

- นำเสนอแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม
- Workshop เกี่ยวกับการถอดประเด็นจากกรณีศึกษา การเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมในประเทศไทย

10.45 - 11.00 น. พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม

11.00 - 12.00 น. อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ ช่วงที่ 2

- นำเสนอด้านกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ที่สื่อมวลชนควรทราบ
- Workshop การจำลองสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกับประเด็นทางกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนควรทราบ
- กระบวนการด้านกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนควรทราบ

12.00 - 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน

13.00 - 14.30 น. อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ ช่วงที่ 3

- นำเสนอการใช้เครื่องมือทำ Social Listening ในสื่อสังคมยุคใหม่
- Workshop การใช้เครื่องมือทำ Social Listening สำหรับวิเคราะห์ประเด็นการเคลื่อนไหวด้านการผลิตรายการที่จะมานำเสนอ เพื่อกำหนดประเด็น/เนื้อหาที่กำลังได้รับความนิยมนำมาเสนอต่อประชาชน

14.30 - 14.45 น. พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม

15.00 - 15.30 น. อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ ช่วงที่ 4

- นำเสนอผลการสำรวจความเห็น ด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

15.30 - 16.00 น. รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
สรุปภาพรวมของการอบรมนำร่องฯ

16.00 น. จบการอบรมเชิงปฏิบัติการ

**รายนามผู้เข้าร่วมและภาพการจัดอบรมนำร่องหลักสูตร**

การจัดอบรมนำร่องหลักสูตร สื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง และสื่อใหม่ เพื่อประโยชน์ในงานสื่อสารมวลชนต่อการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมก่อนนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชน **รุ่นที่ 1** ในวันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น. ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22) มีผู้เข้าร่วมจำนวน 80 คน ดังแสดงรายนามดังนี้

ตารางที่ 35 แสดงรายนามและหน่วยงานของสื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้องที่เข้าอบรมนำร่องหลักสูตร

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| **รายชื่อสำนักงาน กสทช.** | | |
| 1. | นาย สมบัติ ลีลาพตะ | รักษาการรองเลขาธิการฯ สำนักงาน กสทช. สายงานกิจการภูมิภาค |
| 2. | นาย ณัฐนนท์ ลี้ศัตรูพ่าย | ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์กวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง |
| 3. | นาง กอบกุล ร่มคูหา | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง |
| 4. | นางสาว สุทธินี เชาวรัตน์ | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง |

| | | |
|---|---|---|
| **รายชื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษา** | | |
| 5. | นาย ปิยภักดิ์ ดีบุกคำ | ผู้อำนวยการส่วนงานพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ประธานกรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| 6. | นางสาว ศิริเพ็ญ สุชสารัญ | ผู้ชำนาญการ (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| 7. | นางสาว ณัฐนพิน แข็งขัน | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| 8. | นางสาว ภรรณพัชร์ เกตุทองส่ง | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| 9. | นางสาว พนาภรณ์ หรรษอุดม | พนักงานปฏิบัติการระดับต้น (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ** | | |
| 10. | นาย จักรี ทิพย์บุญชู | ช่องวัน 31 |
| 11. | นาย ชยุทธนาท นันท์ดี | ช่องวัน 31 |
| 12. | นางสาว ณรารัฏฐ์ โพธินาม | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา |
| 13. | นาย ณัฐพัฒน์ พันธ์จันทร์ | สถานีวิทยุชุมชนนาคาเรดิโอ |
| 14. | นาย ดิษฐพงษ์ ทองชิว | ฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ ช่อง 8 |
| 15. | นาย นครินทร์ โคตรศรี | สำนักข่าววันนิวส์ ช่องวัน31 |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 16. | นางสาว นริศรา ด้วงทา | ฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ ช่อง 8 |
| 17. | นางสาว นิรมล ประสารสุข | สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย |
| 18. | นาย บัญชา จันทร์สมบูรณ์ | นสพ.แนวหน้า-เว็บไซต์แนวหน้าออนไลน์ |
| 19. | นาย ปัฐ รุ่งสาโรจน์ | CIO World&Business Magazine , CIOWORLDNEWS.com |
| 20. | นางสาว พิชามญชุ์ ธวัลรัตน์โภคิน | ช่องวัน 31 |
| 21. | นางสาว มนัสวรรณ หลินพันธุ์ | บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด |
| 22. | นาย วุฒิพันธุ์ เปมาสวัสดิ์ | TNN 16 |
| 23. | นาย สุพจน์ เพียงกลาง | บริษัท เวิร์คพอยต์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) |
| 24. | นางสาว สุพัตรา มินทร | Business Owner |
| 25. | พ.จ.ต. อดิศร จันทรวัฒน์ | กิจการวิทยุกระจายเสียงทหารเรือ |
| **ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์** | | |
| 26. | นางสาว ขวัญฤดี กันหา | ไทยพีบีเอส |
| 27. | นางสาว จิณัฐตา มงคลเจริญมิตร | บริษัท เฟรนด์ เคเบิ้ลทีวี จำกัด |
| 28. | นางสาว จิตรลดา เฮงยศมาก | วันสามสิบเอ็ด |
| 29. | นางสาว จิตราพรรณ เจริญพร | วันสามสิบเอ็ด |
| 30. | นาย จิรวัฒน์ วิศิษฐ์ชัยชาญ | บริษัท แฮปปี้โฮม เคเบิ้ลทีวี จำกัด |
| 31. | นางสาว พัชรินทร์ ศีลี | เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) |
| 32. | พันเอก ดร.ธนัทเมศร์ ภัทรณรงค์รัศม์ | ที่ปรึกษาด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์, อดีตกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) |
| 33. | นาย วุฒิพันธ์ เปรมาสวัสดิ์ | บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) |
| 34. | นางสาว ศุภาวีร์ มหาวรสินธรณ์ | เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) |
| 35. | นางสาว สุจรรยา วิลเลกัส | วันสามสิบเอ็ด |
| 36. | นาย สุทธิชัย ยี่สุ่นแซม | ไทยพีบีเอส |
| 37. | นางสาว สุภาภรณ์ คงเส้ง | บริษัท แฮปปี้โฮม เคเบิ้ลทีวี จำกัด |
| 38. | นางสาว อทิติยา พงษ์นาค | วันสามสิบเอ็ด |
| **ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง** | | |
| 39. | นาย กฤษณ์พงศ์ สุธาศิลพรมแพร | บริษัท เทโร เรดิโอ จำกัด |
| 40. | นาย คณาโชค ตามจิตเจริญ | สถานีวิทยุอินโทรเรดิโอ |
| 41. | นาย คณาวุฒิ กันทพลหาญ | สถานีวิทยุอินโทรเรดิโอ |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 42. | นาย จุฬชัช มวลสุข | บริษัท คูลลิซึ่ม จำกัด |
| 43. | นางสาวนันท์นภัส แสนตุ้ม | สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ |
| 44. | นางสาวนาฏรวี ฝากไธสง | บริษัท คูลลิซึ่ม จำกัด |
| 45. | นาย นาวีกิจ ศรีเลิศ | สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ |
| 46. | นาย ปริญญ์ หมื่นสุกแสง | บริษัท คูลลิซึ่ม จำกัด |
| 47. | นาย พิพัฒน์ สังข์แก้ว | บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) |
| 48. | นาย ภุชงค์ รักชาติสกุลไทย | ห้างหุ้นส่วนจำกัด รักชาติสกุลไทย |
| 49. | นาย มุนินทร์ ดีดวงพันธ์ | ห้างหุ้นส่วนจำกัด รักชาติสกุลไทย |
| 50. | นาย ร่ำรวย พันธ์จันทร์ | นาคา เรดิโอ สถานีวิทยุ |
| 51. | นาง ลาวัณย์ เดมอน ชุมสาย ณ อยุธยา | บริษัท เทโร เรดิโอ จำกัด |
| 52. | นางสาว ศิริวรรณ สาครรักษา | บริษัท เทโร เรดิโอ จำกัด |
| **สื่อใหม่** | | |
| 53. | นายปิยวัตน์ วรพุฒิสานนท์ | Atime Media |
| 54. | นาย เกษม นามลิ้มเหมนทร | Vriens & Partners |
| 55. | นางสาว ขวัญกันทรลักษ์ พลเยี่ยม | www.citynewsthai.com |
| 56. | นาย ดาวรุ่ง สินนอก | สยามนิวส์ รีพอร์ท |
| 57. | นางสาว ตรีนุช อิงคุทานนท์ | The MOMENTUM |
| 58. | นางสาว นงนวล รัตนประทีป | education4plus |
| 59. | นางสาว นลัท โรจน์วัฒนวงศ์ | Wannateller.com |
| 60. | นาย ประหยัด แก้วลาด | newslive-thailand.com |
| 61. | นางสาว ปรางชณา ภัทรนรากุล | โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw) |
| 62. | นางสาว พัชชา ชัยมงคลทรัพย์ | โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw) |
| 63. | นางสาว พาฝัน หน่อแก้ว | The MOMENTUM |
| 64. | นางสาว พิมพ์ตะวัน แน่ประโคน | ไทยพีบีเอส |
| 65. | นางสาว วิมลิน หิรัญบูรณะ | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา |
| 66. | นาย ศรายุทธ นกแก้ว | Atime Media |
| 67. | นางสาว สริตา โรจน์วัฒนวงศ์ | Biztosuccess.com |
| 68. | นาย สาธิต สูติปัญญา | The MOMENTUM |
| 69. | นางสาว อธัญญา อนัน | หนังสือพิมพ์ เดอะ พาวเวอร์ เน็ตเวิร์ค |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 70. | นาย จรีณพัต ชัยพฤธิณ์ฐโชค | บริษัท กูรูเชค จำกัด |
| 71. | นางสาว จิรณณินทร์ กลิ่นเจริญ | บริษัท กูรูเชค จำกัด |
| 72. | นาย ชรัณ สิทธิพัฒนาเวท | Tarot with sagi |
| 73. | นางสาว ธรัญญา อมรบุญชัย | Tarot with sagi |
| 74. | นางสาว นิรมล ฉัตรจินดา | Bird eye view |
| 75. | นางสาว ภัทรานิษฐ์ หิรัญวัฒนศิลป์ | Bird eye view |
| 76. | นางสาว ภัทราภรณ์ เพ็ชรรัตน์ | DOM |
| 77. | นาย ศักดิ์ชัย รุ่งโรจน์นวกุล | DOM |
| 78. | นาย สรศักดิ์ ลิ้มธีรภัค | ตะวันโปรโมชั่นเรดิโอ |
| 79. | นางสาว สิริญญา คงทน | Magic box digital |
| 80. | นาย อุดมศักดิ์ เรืองเดช | Magic box digital |

ภาพบรรยากาศการจัดอบรมนำร่องหลักสูตรด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" **รุ่นที่ 1** วันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น. ณ ห้องประชุมแกรนด์บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

ภาพที่ 284 ภาพบรรยากาศการลงทะเบียนเข้าร่วมอบรมนำร่องฯ

ภาพที่ 285 ภาพรวมการกล่าวเปิดการอบรมนำร่องฯ

ภาพที่ 286 ภาพบรรยากาศการอบรมนำร่องฯ

การจัดอบรมนำร่องหลักสูตร สื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง และสื่อใหม่ เพื่อประโยชน์ในงานสื่อสารมวลชนต่อการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมก่อนนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชน **รุ่นที่ 2** ในวันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565

เวลา 08.30- 16.00 น. ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22) มีรายนามผู้เข้าร่วมจำนวน 75 คน ดังแสดงรายนามดังนี้

ตารางที่ 36 แสดงรายนามและหน่วยงานของสื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้องที่เข้าอบรมนำร่องหลักสูตร

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| **สำนักงาน กสทช.** | | |
| 1. | นาย ณัฐนนท์ ลี้ศัตรูพ่าย | ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์กวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง |
| 2. | นาง กอบกุล ร่มคูหา | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง |
| 3. | นางสาว สุทธินี เชาวรัตน์ | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง |
| 4. | นาย สุเทพ วิไลเลิศ | ผู้ปฏิบัติงานประจำ กสทช. |
| **รายชื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุงานจ้างที่ปรึกษา** | | |
| 5. | นาย ปิยภักดิ์ ดีบุกคำ | ผู้อำนวยการส่วนงานพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ประธานกรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| 6. | นางสาว ณัฐนพิน แข็งขัน | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| 7. | นางสาว ภรรณพัชร์ เกตุทองส่ง | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| 8. | นางสาว พนาภรณ์ หรรษอุดม | พนักงานปฏิบัติการระดับต้น (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) |
| **ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ** | | |
| 9. | นาย ณัฐเดช เอียดปุ่ม | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา |
| 10. | นาย ทราวิชฐ์ แตงกวา | บริษัท เวิร์คพอยต์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) |
| 11. | นาย ทีฆายุพักตร์ คงสำรวย | The Room 44 |
| 12. | นาย ปณต สุสุวรรณ | ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวโครงการตัดตั้งศูนย์ล้านนาสร้างสรรค์ ม.เชียงใหม่ |
| 13. | นาย ประพันธ์ พบูประภาพ | สมาคมผู้บริโภคจังหวัดกาฬสินทร์ |
| 14. | นาย ปิติภัทร์ ศิริกมลาศรัย | ช่องวัน 31 |
| 15. | นางสาว พัชรวรรณ ยมนา | The Room 44 |
| 16. | นางสาว พิชชาภรณ์ ผาสุขดี | ช่องวัน 31 |
| 17. | นางสาว สุภาพร จารุเนตรวิลาส | บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) |
| **ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์** | | |
| 18. | นาย ธัชพล ทองคำศรี | บริษัท ไทยทีวี ดิจิตอล จำกัด |
| 19. | นางสาว ปัทมาพร พูดเพราะ | บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด (PPTV) |
| 20. | นางสาว ปิยวรรณ นาทุ่งนุ้ย | บริษัท ไทย เคเบิล บรอดแคสติ้ง จำกัด |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 21. | พ.ต.ต.หญิง ปวีณพร เหลืองมณีรัตน์ | กองตำรวจสื่อสาร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ |
| 22. | พ.ต.อ.หญิง ดวงสมร โสภณธาดา | กองตำรวจสื่อสาร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ |
| 23. | นางสาว ภัทรมน ทองในแก้ว | บริษัท ไทย เคเบิล บรอดแคสติ้ง จำกัด |
| 24. | นาย รุ่งโรจน์ จารุรัตนรงค์ | บริษัท เนกซ์ สเตป จำกัด |
| 25. | นางสาว ฤทัยรัตน์ เล้าเจริญ | บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด (PPTV) |
| 26. | นางสาว อมิตยา แคยิหวา | บริษัท เนกซ์ สเตป จำกัด |
| **ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง** | | |
| 27. | นาย จอมภูมิพงศ์ ดิฏฐโชติ | วิทยุครอบครัวข่าว |
| 28. | นาย เดชา รินทพล | วิทยุครอบครัวข่าว |
| 29. | นาวาอากาศเอก ธานี สินธวาชีวะ | สำนักงานคณะกรรมการบริหารกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กองทัพอากาศ |
| 30. | นาวาอากาศเอก นรินทร์ ระวาดชัย | สำนักงานคณะกรรมการบริหารกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กองทัพอากาศ |
| 31. | นางสาว หยาดอรุณ ลักษมีเศรษ | สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์ |
| **สื่อใหม่** | | |
| 32. | นาง กาญจนา แก่นจันทร์แดง | AEC TV CHANNEL |
| 33. | นาย เจียรวิทย์ คำดา | Nabonmind |
| 34. | นางสาว ชนิษฎา วิริยะประสาท | ฝ่ายเผยแพร่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค |
| 35. | นางสาว ชาชิญา จิเณราวัตถ์ | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา |
| 36. | นางสาว ณปภัช พรหมสุข | แม็กกาซีนทัวร์ปักษ์ใต้ |
| 37. | นางสาว ธีรารัตน์ โสภาที | ฝ่ายเผยแพร่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค |
| 38. | นาง ปราณี นวลนาค | หนังสือพิมพ์ไฮแลนด์นิวส์ออนไลน์ และชมรมสื่อสารมวลชนวิชาชีพ |
| 39. | นาย ปรีชา กำพุฒกลาง | หนังสือพิมพ์ไฮแลนด์สนิวส์ออนไลน์ |
| 40. | นางสาว พริม มณีโชติ | กรองข่าวแกง |
| 41. | นาย พีรพล ยังขาว | หนังสือพิมพ์ไฮแลนด์สนิวส์ออนไลน์ |
| 42. | นาย ศิรพงศ์ คงมงคล | หนังสือพิมพ์ไฮแลนด์นิวส์ออนไลน์ และชมรมสื่อสารมวลชนวิชาชีพ |
| 43. | นางสาว สริตา เรืองจิต | The Reporters |
| 44. | นาย สุพิน อรุณสวัสดิ์ | AEC TV CHANNEL |
| 45. | นางสาว กลมลกร พุกกะมาน | นักข่าวสังกัดสมาคมผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชนประเทศไทย |

| ลำดับ | รายชื่อ | ตำแหน่ง/หน่วยงาน |
|---|---|---|
| 46. | นางสาว กุสุมา ขันติสิทธิ์ | ผู้สื่อข่าวภาคประชาชน |
| 47. | นางสาว เกศสุทา หุนอินทร์ | เพจข่าวสด |
| 48. | นาย เกียรติพัฒน์ บัวศรี | นักข่าวสังกัดสมาคมผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชนประเทศไทย |
| 49. | นางสาว จิรณณินทร์ กลิ่นเจริญ | เพจข่าวสด |
| 50. | นางสาว จุฑามาศ กาญจนวิสิษฐผล | ผู้สื่อข่าวภาคประชาชน |
| 51. | นางสาว ชัชชญา อินคำลือ | เพจ มติชน ออนไลน์ |
| 52. | นาย ชัชวาลย์ ปะวาระณะ | นักข่าวสังกัดสมาคมผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชนประเทศไทย |
| 53. | นาย ณัฏฐนันท์ ปัตพิบูลย์ | ผู้สื่อข่าวอิสระ |
| 54. | นางสาว ณัฐชนันท์ จิวะอนันต์กุล | สำนักข่าวไทยมุง |
| 55. | นางสาว น้ำทิพย์ ศรีพันธ์ | กลุ่มดินสอสี dinsorsee creative group |
| 56. | นางสาว นิภาพันธุ์ ศิลปสมศักดิ์ | นักข่าวสังกัดสมาคมผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชนประเทศไทย |
| 57. | นาย ปรมินทร์ พระอู่ | Mitikhao |
| 58. | นางสาว ปรารถนา เปี่ยมแก้ว | เพจ มติชน ออนไลน์ |
| 59. | นางสาว ปริญดา ใจสมุทร | ผู้สื่อข่าวภาคประชาชน |
| 60. | นางสาว ปัทมา กิตินาม | ผู้สื่อข่าวอิสระ |
| 61. | นางสาว พนิดา สุทธิอาคาร | กลุ่มดินสอสี dinsorsee creative group |
| 62. | นาย พิชิตพล ศรีทอง | Mitikhao |
| 63. | นาย ภวัต อิ่มใจจิตร | ผู้สื่อข่าวอิสระ |
| 64. | นางสาว ภารวดี ทรงแก้ว | ผู้สื่อข่าวภาคประชาชน |
| 65. | นางสาว มนัสพร เพชรา | เพจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 66. | นาย รต นวพรวุฒิพงศ์ | ผู้สื่อข่าวอิสระ |
| 67. | นางสาว ลัดดาวรรณ ญาณทัศนกิจ | สำนักข่าวไทยมุง |
| 68. | นางสาว วลี อภิวัฒน์ไพฑูรย์ | หนังสือพิมพ์บ้านเมือง |
| 69. | นางสาว วัลลี ชูพิมา | สำนักข่าวไทยมุง |
| 70. | นางสาว วิยะดา คำวัฒนานนท์ | ผู้สื่อข่าวอิสระ |
| 71. | นางสาว ศิรประภา สีดาจันทร์ | เพจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 72. | นางสาว สตรีรัตน์ กุลทรัพย์ศักดิ์ | วิทยุออนไลน์ |
| 73. | นาย สุรชัย พาราพิบูลย์ | ผู้สื่อข่าวอิสระ |
| 74. | นางสาว อามิดาลา ธารไพศาลสมุทร | เพจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 75. | นางสาว อุมาพร ผิวกลาง | หนังสือพิมพ์บ้านเมือง |

ภาพบรรยากาศการจัดอบรมนำร่องหลักสูตรด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” รุ่นที่ 2 วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น. ณ ห้องประชุมแกรนด์บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรม ฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

ภาพที่ 287 ภาพบรรยากาศการลงทะเบียนเข้าร่วมอบรมนำร่องฯ

ภาพที่ 288 ภาพรวมการกล่าวเปิดการอบรมนำร่องฯ

ภาพที่ 289 ภาพบรรยากาศการอบรมนำร่องฯ

**2. รูปแบบการอบรมนำร่องหลักสูตร ถ่ายทอดองค์ความรู้ ประกอบด้วยการปฏิบัติกิจกรรมที่สามารถติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม**

จากผลการจัดอบรมนำร่องหลักสูตร สื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น การนำเสนอเนื้อหาด้านแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม การนำเสนอเนื้อหากฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ที่สื่อมวลชนควรทราบ และการนำเสนอเนื้อหาด้านการใช้เครื่องมือทำ Social Listening ในสื่อสังคมยุคใหม่ สามารถแสดงการอบรมที่ได้จัดทำดังแสดงจำแนกตามเนื้อหาอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร ตามการอบรมรุ่นที่ 1 และรุ่นที่ 2 ดังนี้

**2.1 การอบรมนำร่องหลักสูตร ฯ รุ่นที่ 1**

2.1.1 อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ รุ่นที่ 1 ช่วงที่ 1

นำเสนอแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

ภาพที่ 290 ภาพวิทยากรบรรยายเนื้อหาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

ภาพที่ 291 ภาพบรรยากาศผู้เข้าร่วมอบรมนำร่องฯ

การฝึกปฏิบัติการ (Workshop) เกี่ยวกับการถอดประเด็นจากกรณีศึกษา การเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมในประเทศไทย รุ่นที่ 1

ภาพที่ 292 ภาพบรรยากาศ Workshop เกี่ยวกับการถอดประเด็นจากกรณีศึกษา

2.1.2 อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ รุ่นที่ 1 ช่วงที่ 2

นำเสนอด้านกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ที่สื่อมวลชนควรทราบ

ภาพที่ 293 ภาพวิทยากรบรรยายเนื้อหา ด้านกฎหมายและประกาศต่าง ๆ

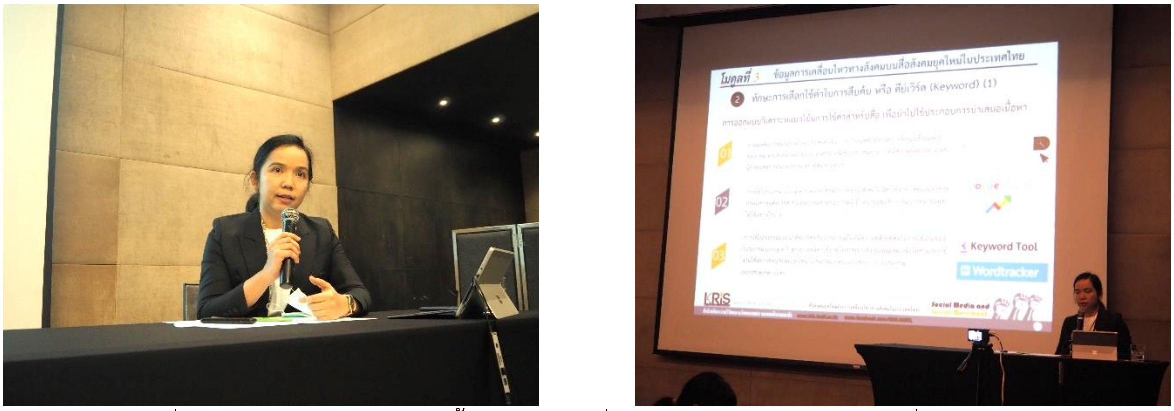
ภาพที่ 294 ภาพบรรยากาศผู้เข้าร่วมอบรมนำร่องฯ

การฝึกปฏิบัติการ (Workshop) การจำลองสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกับประเด็นทางกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนควรทราบ กระบวนการด้านกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนควรทราบ รุ่นที่ 1

ภาพที่ 295 Workshop การจำลองสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกับประเด็นทางกฎหมายและประกาศต่าง ๆ

2.1.3 อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ รุ่นที่ 1 ช่วงที่ 3

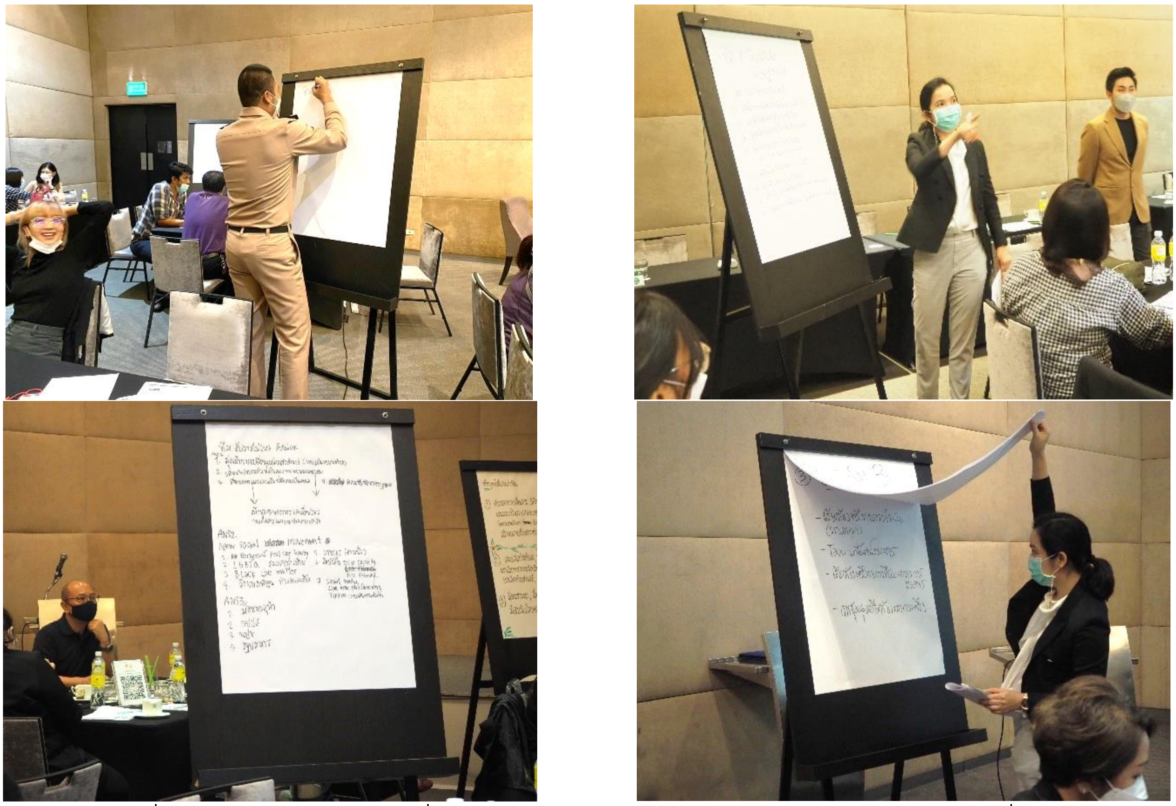
นำเสนอการใช้เครื่องมือทำ Social Listening ในสื่อสังคมยุคใหม่ และนำเสนอผลการสำรวจความเห็น ด้านสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม




ภาพที่ 296 ภาพวิทยากรบรรยายเนื้อหา การใช้เครื่องมือทำ Social Listening ในสื่อสังคมยุคใหม่

ภาพที่ 297 ภาพบรรยากาศผู้เข้าร่วมอบรมนำร่องฯ

การฝึกปฏิบัติการ (Workshop) การใช้เครื่องมือทำ Social Listening สำหรับวิเคราะห์ประเด็นการเคลื่อนไหวด้านการผลิตรายการที่จะมานำเสนอ เพื่อกำหนดประเด็น/เนื้อหาที่กำลังได้รับความนิยมนำมาเสนอต่อประชาชน รุ่นที่ 1



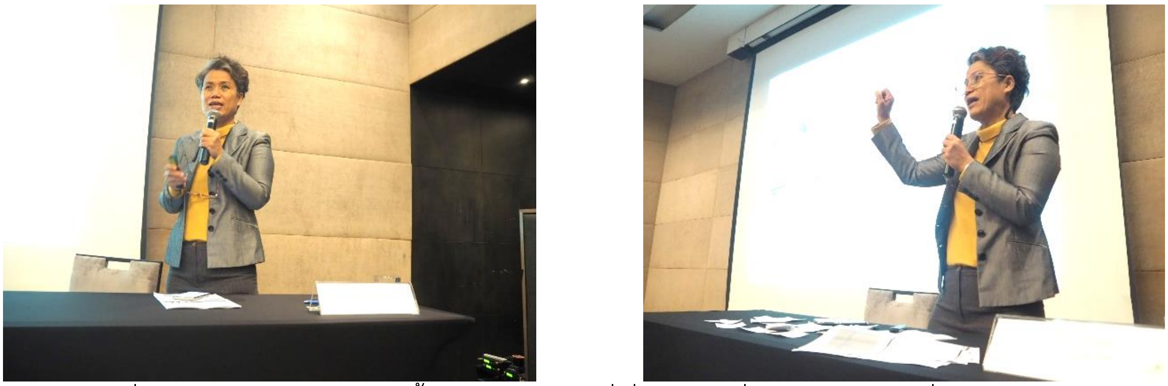
ภาพที่ 298 Workshop การใช้เครื่องมือทำ Social Listening สำหรับวิเคราะห์ประเด็นการเคลื่อนไหว

ภาพที่ 299 กลุ่มผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศ กิจกรรม Workshop

## 2.2 การอบรมนำร่องหลักสูตร ฯ รุ่นที่ 2

2.2.1 อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ รุ่นที่ 2 ช่วงที่ 1

นำเสนอแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม



ภาพที่ 300 ภาพวิทยากรบรรยายเนื้อหาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

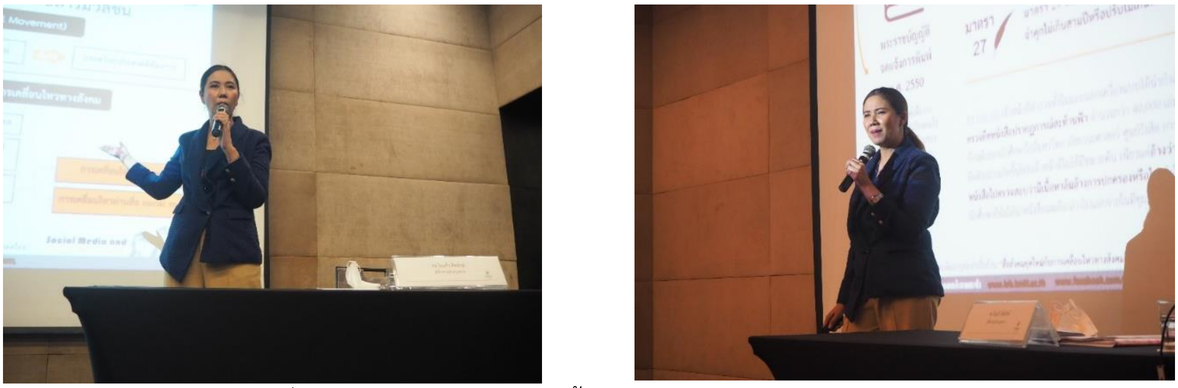
ภาพที่ 301 ภาพบรรยากาศผู้เข้าร่วมอบรมนำร่องฯ

การฝึกปฏิบัติการ (Workshop) เกี่ยวกับการถอดประเด็นจากกรณีศึกษา การเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมในประเทศไทย รุ่นที่ 2

ภาพที่ 302 ภาพบรรยากาศ Workshop เกี่ยวกับการถอดประเด็นจากกรณีศึกษา

2.2.2 อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ รุ่นที่ 2 ช่วงที่ 2

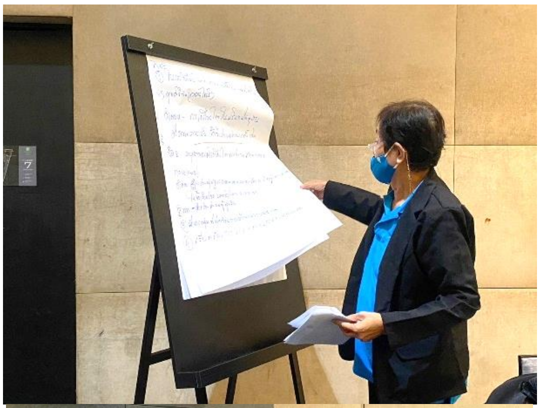
นำเสนอด้านกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ที่สื่อมวลชนควรทราบ



ภาพที่ 303 ภาพวิทยากรบรรยายเนื้อหา ด้านกฎหมายและประกาศต่าง ๆ

ภาพที่ 304 ภาพบรรยากาศผู้เข้าร่วมอบรมนำร่องฯ

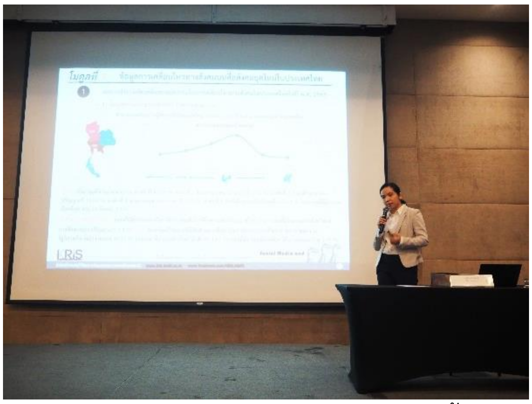
การฝึกปฏิบัติการ (Workshop) การจำลองสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกับประเด็นทางกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนควรทราบ กระบวนการด้านกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนควรทราบ รุ่นที่ 2



ภาพที่ 305 Workshop การจำลองสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกับประเด็นทางกฎหมายและประกาศต่าง ๆ

2.2.3 อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ รุ่นที่ 2 ช่วงที่ 3

นำเสนอการใช้เครื่องมือทำ Social Listening ในสื่อสังคมยุคใหม่



ภาพที่ 306 ภาพวิทยากรบรรยายเนื้อหา การใช้เครื่องมือทำ Social Listening ในสื่อสังคมยุคใหม่

ภาพที่ 307 ภาพบรรยากาศผู้เข้าร่วมอบรมนำร่องฯ

การฝึกปฏิบัติการ (Workshop) การใช้เครื่องมือทำ Social Listening สำหรับวิเคราะห์ประเด็นการเคลื่อนไหวด้านการผลิตรายการที่จะมานำเสนอ เพื่อกำหนดประเด็น/เนื้อหาที่กำลังได้รับความนิยมนำมาเสนอต่อประชาชน รุ่นที่ 2

ภาพที่ 308 Workshop การใช้เครื่องมือทำ Social Listening สำหรับวิเคราะห์ประเด็นการเคลื่อนไหว

ภาพที่ 309 กลุ่มผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศ กิจกรรม Workshop

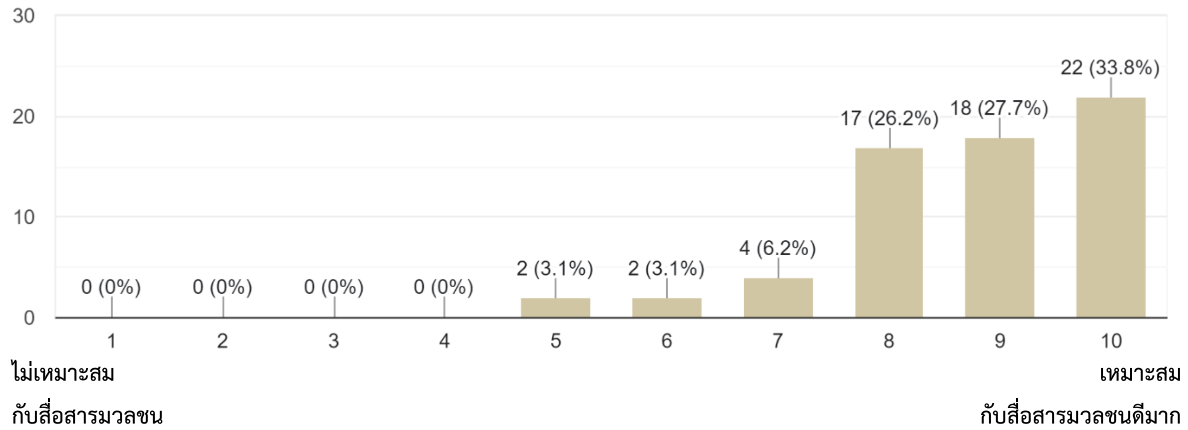
ภาพที่ 310 ผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศ การทำแบบทดสอบ Pre-test และ Post-Test

### 3. การนำผลที่ได้รับจากการอบรมนำร่องมาปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรสื่อสังคมยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย

เมื่อพิจารณาจากผลการจัดอบรมนำร่องหลักสูตรด้าน“สื่อสังคม ยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” เพื่อทดลองใช้หลักสูตรที่มีวัตถุประสงค์ให้บุคลากรด้านสื่อได้รับความรู้ความเข้าใจในประเด็น “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” ซึ่งได้มีการออกแบบการประเมินเพื่อนำผลไปใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรหลังการจัดอบรมนำร่อง พบผลการประเมินโดยมีผู้ทำการประเมินจำนวนทั้งสิ้น 65 ราย ดังนี้

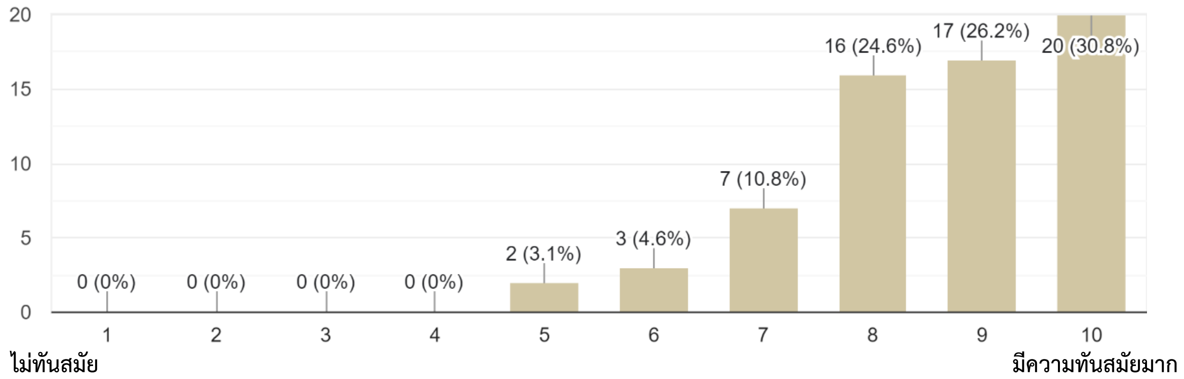
1. ท่านมีความคิดเห็นต่อประเด็น " ความเหมาะสมของเนื้อหา" หลักสูตร "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ในระดับใด

65 responses



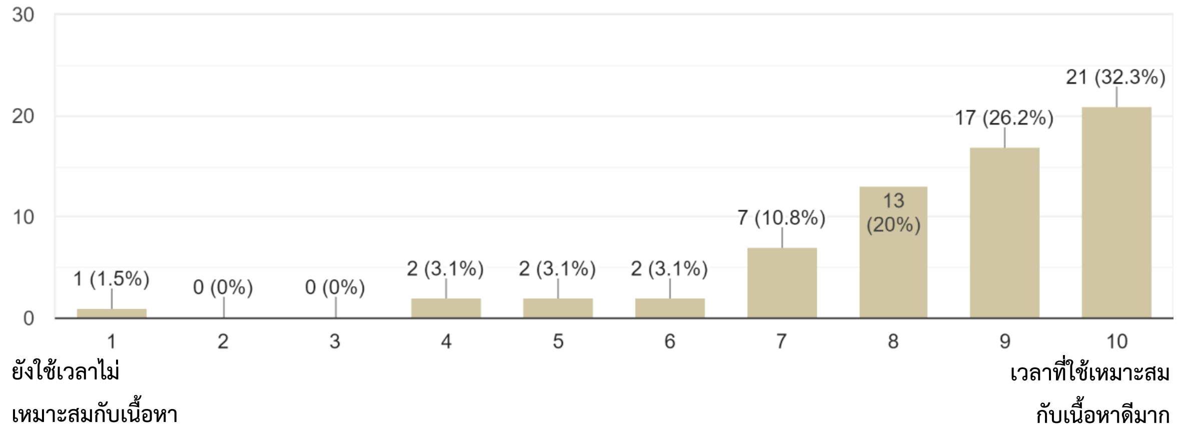

2. ท่านมีความคิดเห็นต่อประเด็น " ความทันสมัยของเนื้อหา" หลักสูตร "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ในระดับใด

65 responses



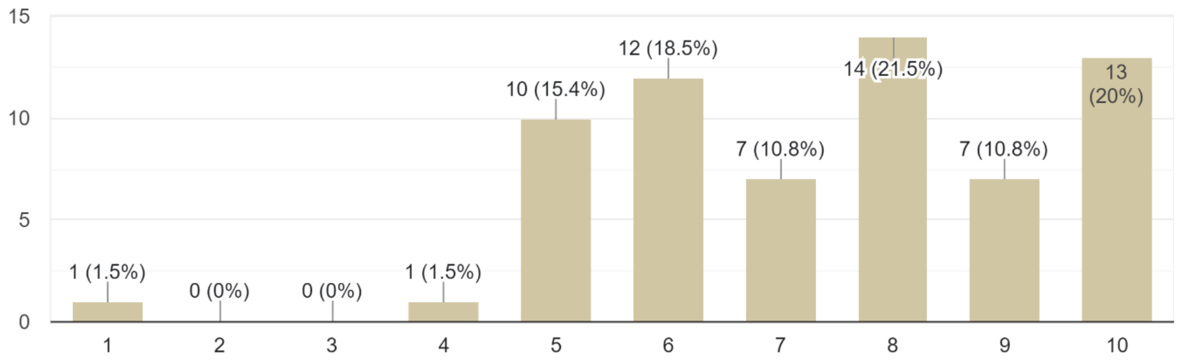

3. ท่านมีความเห็นต่อ " ความเหมาะสมของเวลา" ที่ใช้ในการอบรมหลักสูตร "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ในระดับใด

65 responses



4. ในกรณีที่ท่านมีความเห็นว่าเวลาที่ใช้ไม่เหมาะสม ท่านมีความเห็นว่าควรดำเนินการอย่างไร

65 responses

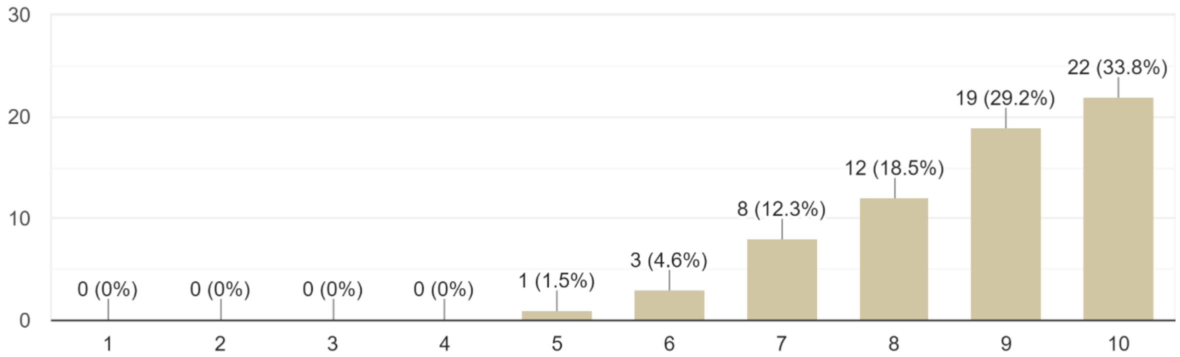



ควรใช้เวลาในการอบรม
ให้น้อยลง

ควรปรับปรุงให้ใช้เวลา
ในการอบรมมากขึ้น

5. ท่านมีความคิดเห็นต่อประเด็น " ความเหมาะสมของกิจกรรมที่ใช้ในการอบรม" หลักสูตร "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ในระดับใด

65 responses

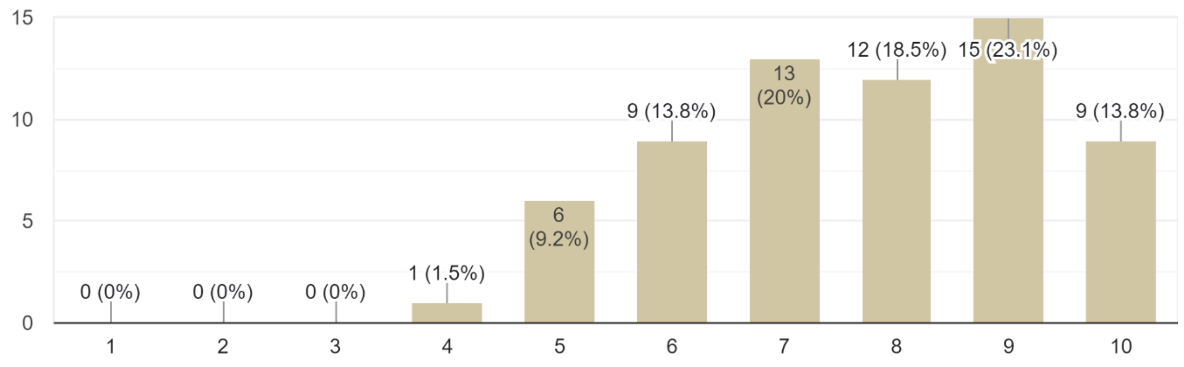



ไม่เหมาะสมกับ
สื่อสารมวลชน

เหมาะสมกับสื่อสารมวลชน
ดีมาก

6. ท่านมีความคิดเห็นต่อประเด็น " ระดับความยากง่ายในการทำความเข้าใจเนื้อหา
"สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย" ในระดับใด

65 responses




**เนื้อหาง่ายเกินไป** **เนื้อหายากเกินไป**

7. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โดยภาพรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสามารถจำแนกเป็นกลุ่มข้อเสนอแนะที่อยู่ในหมวดเดียวกันได้ดังนี้

7.1 ประเด็นของการยกตัวอย่างกรณีศึกษา มีข้อเสนอแนะมากที่สุดด้านความต้องการให้เพิ่มตัวอย่างกรณีศึกษาให้มากขึ้น โดยมุ่งเน้นตัวอย่างที่สื่อสารมวลชนพึงกระทำ หรือแนวปฏิบัติเมื่อเผชิญหน้าการรายงานเหตุการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ และกรณีตัวอย่างที่ทำแล้วถือว่ามีความผิด โดยอาจนำเสนอผ่านเหตุการณ์สมมติ

7.2 การเพิ่มเวลาในการฝึกปฏิบัติ มีข้อเสนอแนะให้เพิ่มระยะเวลาในการฝึกปฏิบัติให้มากขึ้นโดยผ่านโจทย์ที่เป็นสถานการณ์ตัวอย่างมากขึ้น เพื่อเป็นการได้ฝึกการประยุกต์ใช้เนื้อหาที่ได้เรียนรู้เข้ากับการปฏิบัติหน้าที่ในสถานการณ์จริง

7.3 การเพิ่มเวลาในส่วนของเนื้อหาที่เป็นทฤษฎีการเคลื่อนไหวทางสังคม และด้านกฎหมาย

7.4 การจัดทำเนื้อหาที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น วิดีโอคลิป หรือนำการอบรมอัพโหลดลงในช่องทาง Youtube

สรุปประเด็นในการปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรหลังจากการทดลองอบรมนำร่อง พบว่า โดยรวมด้านความเหมาะสมของเนื้อหา ความทันสมัยของเนื้อหา และความเหมาะสมของกิจกรรมที่ใช้ในการอบรมนั้นผู้เข้าร่วมการอบรมได้ประเมินในระดับที่ดี โดยประเด็นที่ต้องปรับปรุงนั้นคือ เวลาในการอบรม ซึ่งหากพิจารณาประกอบกับข้อเสนอแนะรายบุคคลพบว่าต้องการให้เพิ่มเวลาในส่วนของการฝึกปฏิบัติและเพิ่มเวลาในการบรรยายเนื้อหาทางทฤษฎี และด้านความยากง่ายของเนื้อหา เมื่อพิจารณาประกอบกับข้อเสนอแนะเป็นรายบุคคลพบว่าควรปรับปรุงโดยเพิ่มการยกตัวอย่างกรณีศึกษาให้มากขึ้น โดยมุ่งเน้นตัวอย่างที่สื่อสารมวลชนพึงกระทำ หรือแนวปฏิบัติเมื่อเผชิญหน้าการรายงานเหตุการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ และกรณีตัวอย่างที่ทำแล้วถือว่ามีความผิด โดยอาจนำเสนอผ่านเหตุการณ์สมมติเพื่อเป็นการได้ฝึกการประยุกต์ใช้เนื้อหาที่ได้เรียนรู้เข้ากับการปฏิบัติหน้าที่ในสถานการณ์จริง

สำหรับแนวทางในการปรับหลักสูตรนั้น โดยภาพรวมยังเป็นการกำหนดระยะเวลาเป็นหลักสูตรระยะสั้น ระยะเวลา 1 วัน ซึ่งได้ปรับกำหนดการสำหรับเนื้อหาทฤษฎีการเคลื่อนไหวทางสังคม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ให้มีเวลาที่มากขึ้น และขยายเวลาในการฝึกปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อการเพิ่มกรณีตัวอย่าง และปรับเนื้อหาเพิ่มเติมหมวด “ข้อมูลการเคลื่อนไหวทางสังคมบนสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย” ซึ่งเป็นผลการสำรวจและตัวอย่างกานทำ Social Listening ให้เป็นการศึกษาด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากเป็นการใช้งานที่เฉพาะเจาะจงสำหรับสื่อบางหน่วยงานที่มีความสนใจและความพร้อมในการนำเสนอข่าวประเภทข่าวพิเศษเท่านั้น โดยกรอบแนวทางของการปรับกำหนดการของหลักสูตรแสดงดังนี้

ตารางที่ 37 การปรับกำหนดการอบรม หลักสูตรด้าน“สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”

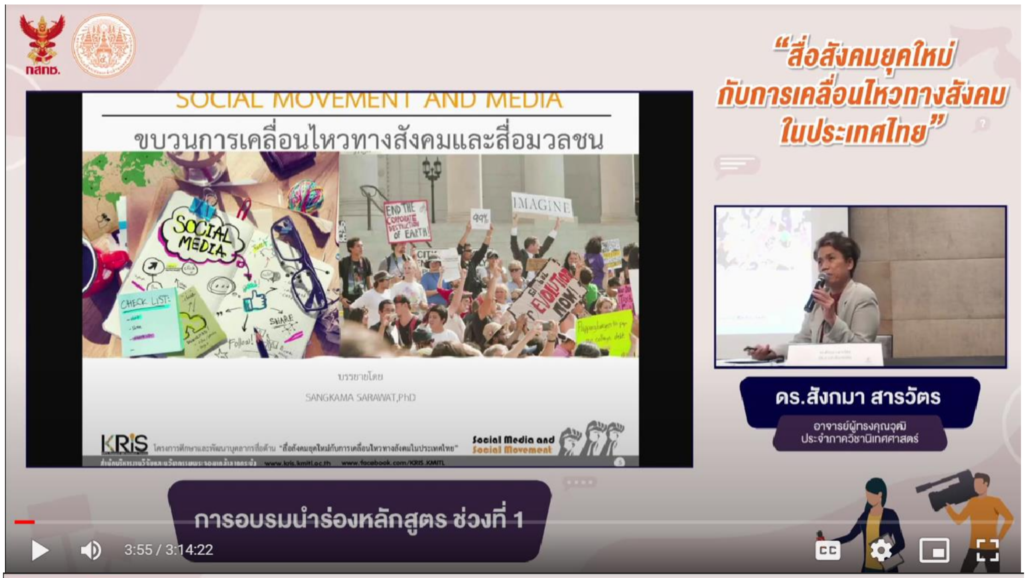
| เวลา | กิจกรรม |
|---|---|
| 08.30 - 09.00 น. | ลงทะเบียน ผู้เข้าร่วมการอบรม |
| 09.00 - 09.15 น. | ผู้บริหารจากสำนักงาน กสทช. กล่าวเปิดการประชุม |
| 09.15 - 09.30 น. | ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการอบรมนำร่องหลักสูตรฯ |
| 09.30 -10.45 น. | **อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ ช่วงที่ 1**<br>-แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม |
| 10.45 - 11.00 น. | พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม |
| 11.00 - 12.00 น. | - Workshop เกี่ยวกับการถอดประเด็นจากกรณีศึกษา การเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมในประเทศไทย |
| 12.00 - 13.00 น. | พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| 13.00 - 14.30 น. | **อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรฯ ช่วงที่ 2** |

| เวลา | กิจกรรม |
|---|---|
| | -กฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่ และการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย ที่สื่อมวลชนควรทราบ |
| 14.30 - 14.45 น. | พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม |
| 14.45 - 15.30 น. | - Workshop การจำลองสถานการณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกับประเด็นทางกฎหมาย และประกาศต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนควรทราบ |
| 15.30 - 16.00 น. | รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สรุปภาพรวมของการอบรม และจบการอบรม |

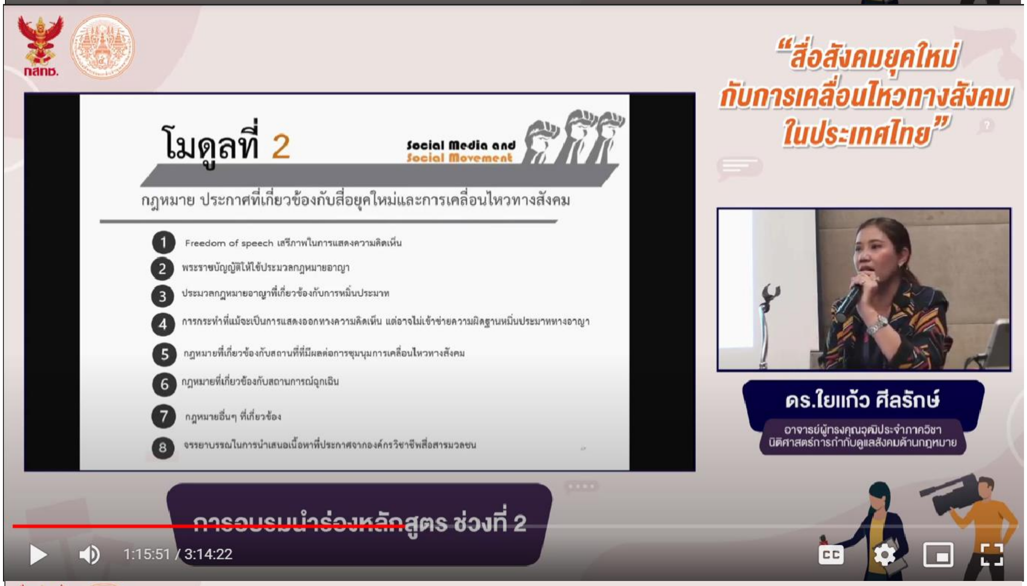
**4. คลิปวิดีโอเนื้อหาหลักสูตรด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”ในรูปแบบ E-Learning**

การจัดทำคลิปวิดีโอเนื้อหาหลักสูตรด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย” ในรูปแบบ E-Learning นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ศึกษาด้วยตนเอง โดยไม่มีข้อจำกัดด้านระยะเวลา โดยได้นำเสนอคลิปที่ได้บันทึกการบรรยายทั้ง 2 รุ่น ดังนี้

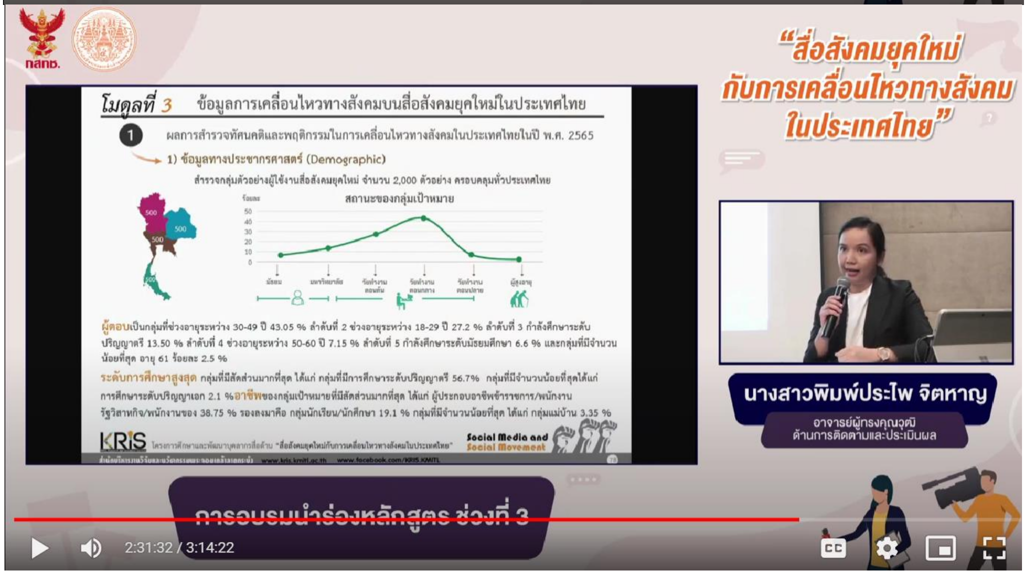
**4.1 คลิปวิดีโอ (E-Learning) การอบรมนำร่องหลักสูตรฯ รุ่นที่ 1**



"สื่อสังคมยุคใหม่
กับการเคลื่อนไหวทางสังคม
ในประเทศไทย"
SOCIAL MOVEMENT AND MEDIA
ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมและสื่อมวลชน
บรรยายโดย
SANGKAMA SARAWAT,PhD
Social Media and Social Movement
ดร.สังกมา สารวัตร
อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ
ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์
การอบรมนำร่องหลักสูตร ช่วงที่ 1
3:55 / 3:14:22

"สื่อสังคมยุคใหม่
กับการเคลื่อนไหวทางสังคม
ในประเทศไทย"
โมดูลที่ 2
Social Media and Social Movement
กฎหมาย ประกาศที่เกี่ยวข้องกับสื่อยุคใหม่และการเคลื่อนไหวทางสังคม
1 Freedom of speech เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น
2 พระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายอาญา
3 ประมวลกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการหมิ่นประมาท
5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่มีผลต่อการชุมนุมการเคลื่อนไหวทางสังคม
6 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ฉุกเฉิน
7 กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
ดร.ใยแก้ว ศีลรักษ์
อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิประจำภาควิชา
นิติศาสตร์การกำกับดูแลสังคมด้านกฎหมาย
การอบรมนำร่องหลักสูตร ช่วงที่ 2
1:15:51 / 3:14:22

"สื่อสังคมยุคใหม่
กับการเคลื่อนไหวทางสังคม
ในประเทศไทย"
โมดูลที่ 3 ข้อมูลการเคลื่อนไหวทางสังคมบนสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทย
1 ผลการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2565
1) ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (Demographic)
สถานะของกลุ่มเป้าหมาย
Social Media and Social Movement
นางสาวพิมพ์ประไพ จิตหาญ
อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านการติดตามและประเมินผล
การอบรมนำร่องหลักสูตร ช่วงที่ 3
2:31:32 / 3:14:22

ภาพที่ 311 ภาพคลิปวิดีโอ (E-Learning) การอบรมนำร่องหลักสูตรฯ รุ่นที่ 1

## 4.2 คลิปวิดีโอ (E-Learning) การอบรมนำร่องหลักสูตรฯ รุ่นที่ 2

ภาพที่ 312 ภาพคลิปวิดีโอ (E-Learning) การอบรมนำร่องหลักสูตรฯ รุ่นที่ 2

# ภาคผนวก

# ภาคผนวก

## เอกสารประกอบการอบรมนำร่อง
## โครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อ
## ด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”

# เอกสารประกอบการอบรมนำร่องโครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อ
# ด้าน "สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"
# รุ่นที่ 1 ในวันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565

กสทช.

**ใบลงทะเบียน**

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน"สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"**

**รุ่นที่ 1** วันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| **สำนักงาน กสทช.** | | | |
| 1 | นาย สมบัติ ลีลาพตะ | รักษาการรองเลขาธิการฯ สำนักงาน กสทช. สายงานกิจการภูมิภาค | |
| 2 | นาย ณัฐนนท์ ลี้ศัตรูพ่าย | ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์กวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง | |
| 3 | นาง กอบกุล ร่มคูหา | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง | |
| 4 | นางสาว สุทธินี เชาวรัตน์ | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง | |
| **คณะกรรมการรวจรับพัสดุฯ** | | | |
| 5 | นาย ปิยภักดิ์ ดีบุกคำ | ผู้อำนวยการส่วนงานพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ประธานกรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | |
| 6 | นางสาว ศิริเพ็ญ สุชสารัญ | ผู้ชำนาญการ (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | |
| 7 | นางสาว ณัฐนพิน แข็งขัน | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | |
| 8 | นางสาว ภรรณพัชร์ เกตุทองส่ง | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | |
| 9 | นางสาว พนาภรณ์ หรรษอุดม | พนักงานปฏิบัติการระดับต้น (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | |

กสทช.

**ใบลงทะเบียน**

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน"สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"**

**รุ่นที่ 1** วันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

**ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์**

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | ขวัญฤดี กันหา | ไทยพีบีเอส | ขวัญฤดี กันหา |
| 2 | จิณัฐตา มงคลเจริญมิตร | บริษัท เฟรนด์ เคเบิ้ลทีวี จำกัด | [illegible] |
| 3 | จิตรลดา เฮงยศมาก | วันสามสิบเอ็ด | [illegible] |
| 4 | จิตราพรรณ เจริญพร | วันสามสิบเอ็ด | [illegible] |
| 5 | จิรวัฒน์ วิศิษฐ์ชัยชาญ | บริษัท แฮปปี้โฮม เคเบิ้ลทีวี จำกัด | [illegible] |
| 6 | พัชรินทร์ ศีลี | เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) | [illegible] |
| 7 | พันเอก ดร.ธนัทเมศร์ ภัทรณรงค์รัศม์ | | [illegible] |
| 8 | วุฒิพันธ์ เปรมาสวัสดิ์ | บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) | [illegible] |
| 9 | ศุภาวีร์ มหาวรสินธรณ์ | เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) | |
| 10 | สุจรรยา วิลเลกัส | วันสามสิบเอ็ด | [illegible] |
| 11 | สุทธิชัย ยี่สุ่นแซม | ไทยพีบีเอส | [illegible] |
| 12 | สุภาภรณ์ คงเส้ง | บริษัท แฮปปี้โฮม เคเบิ้ลทีวี จำกัด | สุภาภรณ์ คงเส้ง |
| 13 | อทิติยา พงษ์นาค | วันสามสิบเอ็ด | [illegible] |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

nanช.

## ใบลงทะเบียน

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน“สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”**

**รุ่นที่ 1** วันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

**ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง**

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | กฤษณ์พงศ์ สุธาศิลพรมแพร | บริษัท เทโร เรดิโอ จำกัด | |
| 2 | คณาโชค ตามจิตเจริญ | สถานีวิทยุอินโทรเรดิโอ | |
| 3 | คณาวุฒิ กันทพลหาญ | สถานีวิทยุอินโทรเรดิโอ | |
| 4 | จุหชัช มวลสุข | บจก. คูลลิซึ่ม | |
| 5 | นันท์นภัส แสนตุ้ม | สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย / กรมประชาสัมพันธ์ | |
| 6 | นาฎรวี ฝากไธสง | บจก. คูลลิซึ่ม | |
| 7 | นาวีกิจ ศรีเลิศ | สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย / กรมประชาสัมพันธ์ | |
| 8 | ปริญญ์ หมื่นสุกแสง | บจก. คูลลิซึ่ม | |
| 9 | พิพัฒน์ สังข์แก้ว | บมจ.อสมท | |
| 10 | ภุชงค์ รักชาติสกุลไทย | หจก รักชาติสกุลไทย | |
| 11 | มุนินทร์ ดีดวงพันธ์ | หจก รักชาติสกุลไทย | |

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 12 | ร่ำรวย พันธ์จันทร์ | นาคา เรดิโอ สถานีวิทยุ | |
| 13 | ลาวัณย์ เดมอน ชุมสาย ณ อยุธยา | บริษัท เทโร เรดิโอ จำกัด | |
| 14 | ศิริวรรณ สาครรักษา | บริษัท เทโร เรดิโอ จำกัด | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**ใบลงทะเบียน**

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน"สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"**

**รุ่นที่ 1** วันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

**ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ**

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | จักรี ทิพย์บุญชู | ช่องวัน 31 | |
| 2 | ชยุทธนาท นันท์ดี | ช่องวัน 31 | |
| 3 | ณรารัฏฐ์ โพธินาม | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา | |
| 4 | ณัฐพัฒน์ พันธ์จันทร์ | สถานีวิทยุชุมชนนาคาเรดิโอ | |
| 5 | ดิษฐพงษ์ ทองชิว | ฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ ช่อง 8 | |
| 6 | นครินทร์ โคตรศรี | สำนักข่าววันนิวส์ ช่องวัน31 | |
| 7 | นริศรา ด้วงทา | ฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ ช่อง 8 | |
| 8 | นิรมล ประสารสุข | สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย | |
| 9 | บัญชา จันทร์สมบูรณ์ | นสพ.แนวหน้า-เว็บไซต์แนวหน้าออนไลน์ | |
| 10 | ปิฐ รุ่งสาโรจน์ | CIO World&Business Magazine , CIOWORLDNEWS.com | |
| 11 | พิชามญชุ์ ชวัลรัตน์โภคิน | ช่องวัน 31 | |

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 12 | มนัสวรรณ หลินพันธุ์ | บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด | |
| 13 | วุฒิพันธุ์ เปมาสวัสดิ์ | TNN 16 | |
| 14 | สุพจน์ เพียงกลาง | บริษัท เวิร์คพอยต์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) | |
| 15 | สุพัตรา มินทร | Business Owner | |
| 16 | พ.จ.ต.อดิศร จันทรวัฒน์ | กิจการวิทยุกระจายเสียงทหารเรือ | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**ใบลงทะเบียน**

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน“สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”**

**รุ่นที่ 1 วันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.**

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

**สื่อใหม่**

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | Piyawat voraputtisanon | Atime Media | |
| 2 | เกษม นามลิ้มเหมนทร | Vriens & Partners | เกษม |
| 3 | ขวัญกันทรลักษ์ พลเยี่ยม | www.citynewsthai.com | [illegible] |
| 4 | ดาวรุ่ง สินนอก | สยามนิวส์ รีพอร์ท | ดาวรุ่ง สินนอก |
| 5 | ตรีนุช อิงคุทานนท์ | The MOMENTUM | [illegible] |
| 6 | นงนวล รัตนประทีป | education4plus | [illegible] |
| 7 | นลัท โรจน์วัฒนวงศ์ | Wannateller.com | [illegible] |
| 8 | ประหยัด แก้วลาด | newslive-thailand.com | ประหยัด แก้วลาด |
| 9 | ปรางชณา ภัทรนรากุล | โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw) | ปรางชณา ภัทรนรากุล |
| 10 | พัชชา ชัยมงคลทรัพย์ | โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw) | พัชชา ชัยมงคลทรัพย์ |
| 11 | พาฝัน หน่อแก้ว | The MOMENTUM | |
| 12 | พิมพ์ตะวัน แน่ประโคน | ไทยพีบีเอส | [illegible] |
| 13 | วิมลิน หิรัญบูรณะ | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา | วิมลิน |
| 14 | ศรายุทธ นกแก้ว | Atime Media | |
| 15 | สริตา โรจน์วัฒนวงศ์ | Biztosuccess.com | [illegible] |
| 16 | สาธิต สูติปัญญา | The MOMENTUM | [illegible] |
| 17 | อธัญญา หมื่นหาญ | นสพ.เดอะ พาวเวอร์ เน็ตเวิร์ค | อธัญญา |
| 18 | อภิสิทธิ์ ปุณณะนิธิ | Atime media | [illegible] |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

กสทช.

ใบลงทะเบียน

การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน"สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"

รุ่นที่ 1 วันพุธ ที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

สื่อใหม่

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | จรีณพัต ชัยพฤธิญ์ฐโชค | บริษัท กูรูเชค จำกัด | [illegible] |
| 2 | จิรณณินทร์ กลิ่นเจริญ | บริษัท กูรูเชค จำกัด | [illegible] |
| 3 | ชรัณ สิทธิพัฒนาเวท | Tarot with sagi | [illegible] |
| 4 | ธรัญญา อมรบุญชัย | Tarot with sagi | [illegible] |
| 5 | นิรมล อัตรจินดา | Bird eye view | [illegible] |
| 6 | ภัทรานิษฐ์ หิริวัฒนศิลป์ | Bird eye view | |
| 7 | ภัทราภรณ์ เพ็ชรรัตน์ | DOM | [illegible] |
| 8 | ศักดิ์ชัย รุ่งโรจน์นวกุล | DOM | [illegible] |
| 9 | สรศักดิ์ ลิ้มธีรภัค | ตะวันโปรโมชั่นเรดิโอ | [illegible] |
| 10 | สิริญญา คงทน | Magic box digital | [illegible] |
| 11 | อุดมศักดิ์ เรืองเดช | Magic box digital | [illegible] |

# เอกสารประกอบการอบรมนำร่องโครงการศึกษาและพัฒนาบุคลากรสื่อ
# ด้าน “สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”
# รุ่นที่ 2 ในวันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565

กสทช.

**ใบลงทะเบียน**

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน“สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”**

**รุ่นที่ 2** วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| **สำนักงาน กสทช.** | | | |
| 1 | นาย ณัฐนนท์ ลิ้ศัตรูพ่าย | ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์กวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง | |
| 2 | นาง กอบกุล ร่มคูหา | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง | |
| 3 | นางสาว สุทธินี เชาวรัตน์ | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง | |
| 4 | นาย สุเทพ วิไลเลิศ | ผู้ปฏิบัติงานประจำ กสทช. | |
| **คณะกรรมการรวจรับพัสดุฯ** | | | |
| 5 | นาย ปิยภักดิ์ ดีบุกคำ | ผู้อำนวยการส่วนงานพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการทั่วถึง (ประธานกรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | |
| 6 | นางสาว ณัฐนพิน แข็งขัน | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | |
| 7 | นางสาว ภรรณพัชร์ เกตุทองส่ง | พนักงานปฏิบัติการระดับสูง (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | |
| 8 | นางสาว พนาภรณ์ หรรษอุดม | พนักงานปฏิบัติการระดับต้น (กรรมการตรวจรับพัสดุฯ) | พนาภรณ์ |

## ใบลงทะเบียน

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน“สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”**

**รุ่นที่ 2** วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

**ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์**

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | ธัชพล ทองคำศรี | บจก.ไทยทีวี ดิจิตอล | ธัชพล |
| 2 | ปัทมาพร พูดเพราะ | บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด (PPTV) | [illegible] |
| 3 | ปิยวรรณ นาทุ่งนุ้ย | บริษัท ไทย เคเบิล บรอดแคสติ้ง จำกัด | [illegible] |
| 4 | พ.ต.ต.หญิง ปวีณพร เหลืองมณีรัตน์ | กองตำรวจสื่อสาร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ | [illegible] |
| 5 | พ.ต.อ.หญิง ดวงสมร โสภณธาดา | กองตำรวจสื่อสาร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ | [illegible] |
| 6 | ภัทรมน ทองในแก้ว | บริษัท ไทย เคเบิล บรอดแคสติ้ง จำกัด | ภัทรมน. |
| 7 | รุ่งโรจน์ จารุรัตนรงค์ | บริษัท เนกซ์ สเตป จำกัด | รุ่งโรจน์ |
| 8 | ฤทัยรัตน์ เล้าเจริญ | บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด (PPTV) | ฤทัยรัตน์ |
| 9 | อมิตยา แคยิหวา | บริษัท เนกซ์ สเตป จำกัด | [illegible] |
| 10 | ปวริศ บุตระวงษ์. | บจก ไฮเทค เคเบิ้ลเทเลวิชั่น | [illegible] |
| 11 | วรางคณา ชูดำ | บจก หจก ไฮเทค เคเบิ้ลเทเลวิชั่น | [illegible] |
| | | | |

## ใบลงทะเบียน

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน“สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย”**

**รุ่นที่ 2** วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

**ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง**

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | จอมภูมิพงศ์ ดิฏฐโชติ | วิทยุครอบครัวข่าว | [illegible] |
| 2 | เดชา รินทพล | วิทยุครอบครัวข่าว | [illegible] |
| 3 | นาวาอากาศเอก ธานี สินธวาชีวะ | สำนักงานคณะกรรมการบริหารกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กองทัพอากาศ | น.อ. [illegible] |
| 4 | นาวาอากาศเอก นรินทร์ ระวาดชัย | สำนักงานคณะกรรมการบริหารกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กองทัพอากาศ | [illegible] |
| 5 | หยาดอรุณ ลักษมีเศรษ | สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์ | [illegible] |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**ใบลงทะเบียน**

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน"สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"**

**รุ่นที่ 2** วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

**ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ**

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | ณัฐเดช เอียดปุ่ม | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา | |
| 2 | ทราวิชฐ์ แตงกวา | บริษัท เวิร์คพอยต์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) | |
| 3 | ทีฆายุพักตร์ คงสำรวย | The Room 44 | |
| 4 | ปณต สุสุวรรณ | ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวโครงการตัดตั้งศูนย์ล้านนาสร้างสรรค์ ม.เชียงใหม่ | |
| 5 | ประพันธ์ พบูประภาพ | สมาคมผู้บริโภคจังหวัดกาฬสินธุ์ | |
| 6 | ปิติภัทร์ ศิริกมลาศรัย | ช่องวัน 31 | |
| 7 | พัชรวรรณ ยมนา | The Room 44 | |
| 8 | พิชชาภรณ์ ผาสุขดี | ช่องวัน 31 | |
| 9 | สุภาพร จารุเนตรวิลาส | บมจ. อสมท | |
| 10 | ชาชิญา จิโนราวัตต์ | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา | |
| | | | |
| | | | |

กสทช.

**ใบลงทะเบียน**

**การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน"สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"**

**รุ่นที่ 2** วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

**สื่อใหม่**

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | กาญจนา แก่นจันทร์แดง | AEC TV CHANNEL | |
| 2 | เจียรวิทย์ คำตา | Nabonmind | |
| 3 | ชนิษฎา วิริยะประสาท | ฝ่ายเผยแพร่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค | |
| 4 | ชาชิญา จิเณราวัตถ์ | สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา | |
| 5 | ณปภัช พรหมสุข | แม็กกาซีนทัวร์ปักษ์ใต้ | |
| 6 | ธีรารัตน์ โสภาที | ฝ่ายเผยแพร่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค | |
| 7 | ปราณี นวลนาค | หนังสือพิมพ์ไฮแลนด์นิวส์ออนไลน์ และชมรมสื่อสารมวลชนวิชาชีพ | |
| 8 | ปรีชา กำพุฒกลาง | หนังสือพิมพ์ไฮแลนด์สนิวส์ออนไลน์ | |
| 9 | พริม มณีโชติ | กรองข่าวแกง | |
| 10 | พีรพล ยังขาว | หนังสือพิมพ์ไฮแลนด์สนิวส์ออนไลน์ | |
| 11 | ศิรพงศ์ คงมงคล | หนังสือพิมพ์ไฮแลนด์นิวส์ออนไลน์ และชมรมสื่อสารมวลชนวิชาชีพ | |
| 12 | สริตา เรืองจิต | The Reporters | |
| 13 | สุพิน อรุณสวัสดิ์ | AEC TV CHANNEL | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

ใบลงทะเบียน

การอบรมนำร่องหลักสูตร ด้าน"สื่อสังคมยุคใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเทศไทย"

รุ่นที่ 2 วันพฤหัสบดี ที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2565 เวลา 08.30- 16.00 น.

ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม 1 ชั้น 7 โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ (สุขุมวิท 22)

สื่อใหม่

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 1 | กมลกร พุกกะมาน | นักข่าวสังกัดสมาคมผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชนประเทศไทย | |
| 2 | กุสุมา ขันติสิทธิ์ | ผู้สื่อข่าวภาคประชาชน | |
| 3 | เกศสุทา หุนอินทร์ | เพจข่าวสด | |
| 4 | เกียรติพัฒน์ บัวศรี | นักข่าวสังกัดสมาคมผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชนประเทศไทย | |
| 5 | จิรณณินทร์ กลิ่นเจริญ | เพจข่าวสด | |
| 6 | จุฑามาศ กาญจนวิสิษฐผล | ผู้สื่อข่าวภาคประชาชน | |
| 7 | ชัชชญา อินคำลือ | เพจ มติชน ออนไลน์ | |
| 8 | ชัชวาลย์ ปะวาระณะ | นักข่าวสังกัดสมาคมผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชนประเทศไทย | |
| 9 | ณัฏฐนันท์ ปัตพิบูลย์ | ผู้สื่อข่าวอิสระ | |
| 10 | ณัฐชนันท์ จิวะอนันต์กุล | สำนักข่าวไทยมุง | |
| 11 | น้ำทิพย์ ศรีพันธ์ | กลุ่มดินสอสี dinsorsee creative group | |

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 12 | นิภาพันธุ์ ศิลปสมศักดิ์ | นักข่าวสังกัดสมาคมผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชนประเทศไทย | |
| 13 | ปรมินทร์ พระอู่ | Mitikhao | |
| 14 | ปรารถนา เปี่ยมแก้ว | เพจ มติชน ออนไลน์ | |
| 15 | ปริญดา ใจสมุทร | ผู้สื่อข่าวภาคประชาชน | |
| 16 | ปัทมา กิตินาม | ผู้สื่อข่าวอิสระ | |
| 17 | พนิดา สุทธิอาคาร | กลุ่มดินสอสี dinsorsee creative group | |
| 18 | พิชิตพล ศรีทอง | Mitikhao | |
| 19 | ภวัต อิ่มใจจิตร | ผู้สื่อข่าวอิสระ | |
| 20 | ภารวดี ทรงแก้ว | ผู้สื่อข่าวภาคประชาชน | |
| 21 | มนัสพร เพชรา | เพจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ | |
| 22 | รต นวพรวุฒิพงศ์ | ผู้สื่อข่าวอิสระ | |
| 23 | ลัดดาวรรณ ญาณทัศนกิจ | สำนักข่าวไทยมุง | |
| 24 | วลี อภิวัฒน์ไพฑูรย์ | หนังสือพิมพ์บ้านเมือง | |
| 25 | วัลลี ชูพิมา | สำนักข่าวไทยมุง | |
| 26 | วิยะดา คำวัฒนานนท์ | ผู้สื่อข่าวอิสระ | |
| 27 | ศิรประภา สีดาจันทร์ | เพจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ | |

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | หน่วยงาน | ลายมือชื่อ |
|---|---|---|---|
| 28 | สตรีรัตน์ กุลทรัพย์ศักดิ์ | วิทยุออนไลน์ | |
| 29 | สุรชัย พาราพิบูลย์ | ผู้สื่อข่าวอิสระ | |
| 30 | อามิดาลา ธารไพศาลสมุทร | เพจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ | |
| 31 | อุมาพร ผิวกลาง | หนังสือพิมพ์บ้านเมือง | |